Conseil national de commercialisation des produits agricoles

National Farm Products Marketing Council

RAPPORT DE L'ENQUÊTE VISANT À ÉVALUER LES MÉRITES DE LA CRÉATION D'UN OFFICE NATIONAL DE COMMERCIALISATION DES POMMES DE TERRE

FÉVRIER 1988

88-03207/

Le Conseil national de commercialisation des produits agricoles a été créé en 1972 en vertu de la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme; son mandat consiste à superviser les offices chargés d'appliquer les plans nationaux et régionaux de commercialisation. La Loi autorise les producteurs agricoles (autres que ceux du lait industriel et du blé) à élaborer des plans nationaux ou régionaux de commercialisation. Seuls les oeufs, la volaille et le tabac peuvent faire l'objet d'un plan comprenant la gestion des approvisionnements. On compte aujourd'hui quatre offices canadiens de commercialisation (oeufs de consommation, dindon, poulet et oeufs d'incubation de poulet à chair).

Dans le cadre de la supervision des offices, le Conseil informe le Ministre de l'Agriculture et lui fait des recommandations pour tout ce qui touche la création, le fonctionnement et le rendement de ces offices. Le Conseil travaille de concert avec les organismes et les gouvernements provinciaux à promouvoir des méthodes plus efficaces de mise en marché des produits réglementés, et ce tant au pays qu'à l'étranger. Le Conseil dispose du pouvoir de convoquer des audiences publiques consacrées à toute question relative aux activités ou à un aspect des activités d'un office ou encore à des projets d'établissement d'un nouvel office. Dans le cadre de ces audiences, le Conseil est nanti des mêmes pouvoirs qu'un commissaire en vertu de la Partie I de la Loi sur les enquêtes.

CONTENU

Conclusions et recommandations du Conseil national de commercialisation des produits agricoles.

Rapport du Comité d'enquête sur les mérites de la création d'un Office national de commercialisation des pommes de terre.

© Ministre des Approvisionnements et Services Canada 1988

N° de cat. A99-1/4-1988F

ISBN 0-662-94741-X

National Farm Products Marketing Council
270 Albert Street
P.O. Box 3430, Station D
Ottawa, Ontario
K1P 6L4

Conseil national de commercialisation des produits de ferme
270 rue Albert
C.P.3430,station D
Ottawa (Ontario)
K1P 6L4

Le 2 février 1988

NOTE DE SERVICE À: L'honorable John Wise
Ministre de l'Agriculture

DE: Ralph J. Barrie
Président

OBJET: Rapport de l'enquête visant à évaluer les mérites de la création d'un office national pour la commercialisation des pommes de terre

J'ai le plaisir de vous soumettre le rapport de l'enquête visant à évaluer les mérites de la création d'un office national pour la commercialisation des pommes de terre ainsi que les conclusions et les recommandations du Conseil national de commercialisation des produits de ferme.

Le président,

Ralph J. Barrie
Conseil national de commercialisation des produits de ferme

ENQUÊTE SUR LES MÉRITES DE LA CRÉATION D'UN OFFICE NATIONAL DE COMMERCIALISATION DES POMMES DE TERRE

CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS DU CONSEIL NATIONAL DE COMMERCIALISATION DES PRODUITS AGRICOLES

CONCLUSIONS

À partir de son analyse des preuves présentées aux audiences, du rapport d'enquête préparé par le Comité d'enquête et du "Profil du secteur de la pomme de terre au Canada" dressé par le ministère de l'Agriculture du Canada, le Conseil national de commercialisation des produits agricoles conclut:

1. **Qu'il ne peut, pour le moment, appuyer le plan de commercialisation couvrant toutes les pommes de terre proposé par le Groupe de travail.** Le projet présente un cadre de base pour la création d'un office national qui jouirait du pouvoir de gérer les approvisionnements de répartir les contingents de mise en marché, de fixer les prix, d'éliminer les excédents et de contrôler les importations. Le Groupe de travail n'a pas fait la preuve qu'il fallait que l'organisme ait tous ces pouvoirs pour assurer la stabilité des marchés, la rentabilité et la croissance à long terme de l'ensemble du secteur.

   Le Groupe de travail mérite que l'on reconnaisse ses efforts en vue de résoudre les problèmes de mise en marché du secteur. Il a entrepris cette tâche complexe et difficile sans les ressources financières et techniques substantielles que réclame une analyse approfondie du secteur de la pomme de terre et sans un groupement national de producteurs qui servirait de pôle pour l'élaboration d'une solution aux problèmes de commercialisation.

2. **Que la création d'un Office national de commercialisation des pommes de terre, doté du pouvoir de préparer une stratégie de développement à long terme du secteur et de mettre en place des programmes d'information sur les marchés, de publicité, de développement et de recherche de marchés intérieurs et extérieurs présente des avantages et jouit de l'appui des producteurs.**

3. **Que le secteur de la pomme de terre de transformation ne devrait pas être régi par un plan de gestion des approvisionnements.** Ce secteur est géré tout à fait différemment de ceux de la pomme de terre de consommation et de semence. Les producteurs de pommes de terre de transformation qui signent des contrats de pré-plantation ne connaissent pas les graves problèmes de mise en marché qui affligent le secteur de la pomme de terre de consommation et de semence. Des intervenants du secteur de la pomme de terre de transformation ont présenté des arguments convaincants soutenant que leur secteur est raisonnablement rentable, qu'il est stable, qu'il fournit un produit qui dispose d'un marché d'exportation en expansion et que les approvisionnements sont vraiment contrôlés.

4. **Que, même s'il ne fera pas partie du plan de gestion des approvisionnements, le secteur de la pomme de terre de transformation devrait être inclus dans un organisme national.** L'inclusion du secteur de la transformation s'avère nécessaire, car elle faciliterait l'échange d'information sur la planification, ainsi que les consultations entre les secteurs, et elle garantirait que la commercialisation ordonnée des pommes de terre de consommation et de semence ne soit pas déréglée par le secteur de la pomme de terre de transformation.

5. **Que tous les segments du secteur de la pomme de terre et les consommateurs, devraient être représentés au conseil d'administration de l'Office national et avoir ainsi l'occasion de conseiller l'Office en matière de publicité, de développement des marchés, de recherche et d'élaboration de politiques.**

6. **Qu'il faut prendre immédiatement des mesures pour réduire la versatilité et l'instabilité des marchés de la pomme de terre de consommation et de semence.** Les intervenants sont d'avis que la majorité des problèmes de mise en marché du secteur affectent les segments de la pommes de terre de consommation et de semence. Réduire la versatilité et améliorer la stabilité de ces segments appellent nécessairement la création d'un mécanisme de contrôle méthodique de l'offre sur ces deux marchés. Cette mesure n'a pas été pleinement envisagée durant l'enquête.

7. Le Conseil conclut également à partir des preuves présentées à l'enquête:

   i) **qu'avec la mise en place d'un plan de gestion des approvisionnements de pommes de terre de consommation et de semence, les producteurs pourraient bénéficier d'un revenu raisonnable et stable. Cet objectif peut être atteint par le jeu des forces du marché et ne nécessite pas, à ce stade, le recours à un mécanisme d'établissement des prix fondé sur une formule de coût de production;**

   ii) **qu'un plan de commercialisation de la pomme de terre de consommation et de semence doit comprendre un mécanisme protégeant les producteurs, dont la récolte est destinée à l'exportation, contre les baisses de ventes sur le marché d'exportation et leur permettant de profiter des possiblités d'expansion de ce marché;**

   iii) **qu'un plan de commercialisation de la pomme de terre de consommation et de semence doit comprendre un mécanisme protégeant les producteurs qui alimentent le marché de la transformation au cas où ils perdraient leurs contrats de pré-plantation avec les transformateurs et permettant aux producteurs d'alimenter l'un ou l'ensemble des segments de la pomme de terre de semence, de consommation et de transformation;**

iv) **que tout plan de commercialisation de la pomme de terre de consommation et de semence devrait spécifier les conditions d'un accès réciproque aux marchés canadien et américain;**

v) **que le plan de commercialisation devrait être élaboré après pleine consultation des consommateurs, des transformateurs, des commerçants et des autres parties directement intéressées par le marché de la pomme de terre.** Un mécanisme de consultation devrait être créé afin de conseiller les intéressés sur l'élaboration d'une stratégie et d'un plan de commercialisation. Une fois complété, le plan de commercialisation de la pomme de terre de consommation et de semence serait soumis au Conseil national de commercialisation des produits agricoles. Le Conseil, en vertu du mandat que lui confie la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme, devrait entreprendre les consultations appropriées au sujet du plan de commercialisation de l'Office.

RECOMMANDATIONS

Le Conseil national de commercialisation des produits agricoles recommande:

1. Que soit créé un office de commercialisation qui

   a) serait appelé Office canadien de commercialisation des pommes de terre;

   b) jouirait de tous les pouvoirs énumérés à l'article 23 de la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme, sauf ceux qui sont associés à l'établissement des prix et à la fixation et à la détermination de la quantité de pommes de terre qui peut être vendue sur les marchés interprovinciaux ou internationaux;

   c) exercerait ses pouvoirs sur toutes les pommes de terre cultivées au Canada;

   d) aurait un conseil d'administration constitué de producteurs du secteur primaire ainsi que de représentants des consommateurs et des autres segments du secteur (selon l'article 18 de la Loi);

   e) mettrait en place des programmes d'information sur les marchés, de promotion, de développement des marchés nationaux et internationaux et de recherche;

   f) préparerait une stratégie pour le développement à long terme du secteur de la pomme de terre.

2. L'Office, une fois créé, devrait consulter les producteurs, les consommateurs, les transformateurs, les détaillants et les autres parties directement touchées par le secteur afin d'obtenir leur avis sur l'élaboration d'une stratégie à long terme et d'un plan de commercialisation pour réglementer et contrôler la quantité de pommes de terre de consommation et de semence qui peut être vendue sur les marchés interprovinciaux ou internationaux.

3. Quant il aura préparé le plan de commercialisation pour réglementer et contrôler les ventes de pommes de terre de consommation et de semence, l'Office devra le présenter au Conseil pour qu'il l'examine selon les exigences de la Loi.

4. L'Office recevra une aide financière comme le prévoit le paragraphe 29(1) de la Loi.

Mise en oeuvre

Sous réserve de l'approbation des recommandations, le Conseil national de commercialisation des produits agricoles travaillera avec le Groupe de travail sur l'Office national de commercialisation des pommes de terre, les gouvernements provinciaux et le ministère de l'Agriculture du Canada à la mise en oeuvre de la recommandation 1.

National Farm Products Marketing Council
270 Albert Street
P.O. Box 3430, Station D
Ottawa, Ontario
K1P 6L4

Conseil national de commercialisation des produits de ferme
270 rue Albert
C.P. 3430, station D
Ottawa (Ontario)
K1P 6L4

Notre dossier: 1465-P1-7

Le 15 décembre 1987

M. Ralph Barrie
Président
Conseil national de commercialisation
des produits de ferme
C.P. 3430, Succursale D
Ottawa (Ontario)
K1P 6L4

Monsieur,

Nous avons l'honneur de vous présenter, ci-joint, le rapport du Comité nommé par le CNCPA pour évaluer les mérites de la création d'un Office national de commercialisation des pommes de terre.

Au début, le Comité se composait de M. Glenn Flaten, qui agissait à titre de président, de Mme Lise Bergeron et de moi-même. Le Comité a commencé son enquête à la mi-mars 1987 et tenu des audiences à Charlottetown, à Fredericton et à Toronto. À la fin de la séance à Toronto, la tenue de telles audiences a été suspendue suite à une demande d'injonction présentée à la Cour fédérale du Canada. Le chapitre I de notre rapport traite de cette demande d'injonction.

Une fois que la Cour fédérale eut rejeté la demande d'injonction, les audiences ont repris; j'ai alors commencé à agir à titre de président alors que Mme Bergeron continuait à siéger comme membre. Nous avons ainsi tenu des audiences à Québec, à Winnipeg, à Edmonton et à Richmond (C.-B.).

La dernière audience a eu lieu à Ottawa les 15, 16 et 17 juillet 1987. Au terme de la dernière séance, le 17 juillet, le Comité a déclaré qu'il allait élaborer et diffuser un "Résumé des principaux points et des questions soulevés devant le Comité d'enquête". Ce document fut diffusé et un certain nombre d'intervenants nous ont fait part de leur réaction. Le sommaire et l'analyse des statistiques recueillies lors des audiences constituent le fondement des chapitres II, III, IV et V de notre rapport.

.../2

Pour rédiger son rapport et effectuer l'analyse dont les résultats font l'objet du chapitre VI, le Comité a pris en considération toutes les facettes des points ou questions soulevés par le Groupe de travail de l'Office de commercialisation des pommes de terre et les nombreux autres intervenants. Le rapport exprime l'opinion à laquelle nous sommes arrivés: il existe vraiment un problème dans le secteur primaire de la pomme de terre au Canada. À notre opinion, la création d'un office national de commercialisation constitue un premier pas essentiel vers la résolution de ce problème et vers le développement d'une saine industrie primaire canadienne de la pomme de terre.

Au chapitre VI de notre rapport, l'analyse présentée décrit les problèmes du secteur, les mesures que le Comité juge essentielles à leur résolution et une évaluation du projet déposé par le Groupe de travail de l'Office de commercialisation des pommes de terre. Nous croyons qu'il s'agit là d'un bon fondement sur lequel le Conseil pourra appuyer ses recommandations au Ministre de l'Agriculture en matière d'un Office national de commercialisation des pommes de terre.

Veuillez agréer, Monsieur, nos salutations distinguées.

Le président du Comité

G.G.E. Steele

G.G.E. Steele

La membre du Comité

Lise Bergeron

Lise Bergeron

RAPPORT DU COMITÉ D'ENQUÊTE
SUR
LES MÉRITES DE LA CRÉATION D'UN
OFFICE NATIONAL DE COMMERCIALISATION
DES POMMES DE TERRE

Décembre 1987

REMERCIEMENTS

Le Comité désire remercier de leur travail les nombreuses personnes et les nombreux organismes qui ont bien voulu partager leur connaissance, apporter leur expertise et fournir leur aide à cette enquête portant sur le secteur canadien de la pomme de terre.

Ainsi, le Comité exprime sa gratitude envers le Groupe de travail de l'Office national de commercialisation des pommes de terre qui a présenté son projet aux audiences. Le Comité tient à souligner qu'il a ainsi eu l'occasion d'examiner non seulement le projet présenté aux audiences par le Groupe de travail de l'Office national de commercialisation des pommes de terre mais aussi les nombreux points de vue et une quantité considérable de renseignements que lui ont présentés les intervenants lors des audiences.

Le Comité remercie Paul Sereda et Shirley Street d'Agriculture Canada, qui ont travaillé à la préparation du "Profil du secteur canadien de la pomme de terre" et à l'analyse des données du secteur, ainsi que les autres personnes d'Agriculture Canada qui lui ont apporté leur aide en analysant divers aspects du secteur.

Le Comité tient tout particulièrement à exprimer sa gratitude envers Nelson Ball, qui a agi à titre de coordonnateur technique de l'enquête, et envers les membres du personnel du Conseil qui, par leur appui, ont contribué au déroulement de l'enquête.

DONNÉES ET SOURCES D'INFORMATION

1. Tous les calculs, graphiques et tableaux de ce rapport ont été préparés à partir du "Profil du secteur canadien de la pomme de terre" préparé par Agriculture Canada, à moins d'indication contraire. Les années indiquées sont les campagnes agricoles pour ce produit.

2. Tous les renseignements utilisés pour la préparation du rapport ont tous été tirés: des présentations écrites reçues par le Conseil, des témoignages reçus lors des audiences publiques, des réponses formulées par les intervenants suite au "Résumé des principaux points et des questions soulevés devant le Comité d'enquête", du "Profil du secteur canadien de la pomme de terre" et de diverses publications de Statistique Canada.

TABLE DES MATIÈRES

I.	INTRODUCTION	1
	Exigences sur le plan législatif: le processus	1
	La proposition	2
	Les audiences	2
II.	POLITIQUE ET PROGRAMME ANTÉRIEURS POUR RÉSOUDRE LES PROBLÈMES DE L'INDUSTRIE	5
	Aperçu historique	5
	Pouvoirs et autorité des offices	8
	Organisme national de producteurs	9
	Stabilisation	9
III.	PRODUCTION DE POMMES DE TERRE	11
	Importance économique	11
	Taille et structure des exploitations agricoles	13
	Production de pommes de terre	13
	Prix des pommes de terre	16
	Effet des tendances de la production et des prix sur les producteurs	21
IV.	COMMERCIALISATION DE LA POMME DE TERRE	26
	Introduction	26
	Marchés intérieurs des pommes de terre de consommation et de semence	26
	Le marché canadien de la transformation	33
	Le marché d'exportation	39
	Importations de pommes de terre	45
V.	SYNTHÈSE	49
	Pouvoirs à conférer à un Office national	49
	Gestion des approvisionnements	50
	Répartition du contingent de commercialisation	52
	Fixation des prix	56
	Retrait des excédents	59
	Contrôle des importations	61
	Autres solutions	64
VI.	ANALYSE	69
	Introduction	69
	Le problème du secteur	69
	Résolution du problème du secteur	71
	Proposition du Groupe de travail	73
	ANNEXES	
A.	Statistiques	76
B.	Liste des intervenants	99
C.	Conclusions et recommandations du rapport d'enquête du CNCPA en 1980	103

I. INTRODUCTION

EXIGENCES SUR LE PLAN LÉGISLATIF: LE PROCESSUS

Une des principales responsabilités du Conseil national de commercialisation des produits agricoles (CNCPA) en vertu de la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme (S.C. 1970-71-72, ch. 65; ci-après, la Loi) est de "conseiller le Ministre sur toutes questions relatives à la création et au fonctionnement d'offices en vertu de la présente loi en vue de conserver et de promouvoir une industrie agricole efficace et concurrentielle" (article 6 (1)a)).

La Loi autorise la mise en place de plans de commercialisation pour les produits agricoles autres que le lait industriel et le blé. Les plans qui comprennent la gestion des approvisionnements (réglementation de la production grâce à des contingents) ne sont autorisés que pour les oeufs, la volaille et le tabac.

La Loi exige du CNCPA qu'il effectue une enquête sur les mérites de la création d'un office, et qu'il s'assure qu'une majorité de producteurs sont favorables à une telle mesure, "au reçu d'une requête écrite émanant d'une ou de plusieurs associations représentant un nombre appréciable de personnes qui s'occupent de la culture ou de la production du ou des produits de ferme au Canada ou s'il en est requis par le Ministre ..." (article 7 (1)a)).

Une telle enquête exige la tenue d'audiences publiques et le CNCPA peut exercer "tous les pouvoirs d'un commissaire nommé en vertu de la Partie I de la Loi sur les enquêtes" (article 8 (5)).

Le CNCPA doit soumettre ses recommandations au Ministre "quant aux modalités d'un plan de commercialisation approprié, lorsqu'à son avis il est opportun de conférer à un office le pouvoir d'exécuter un tel plan ..." (article 7 (1)a)).

Il appartient alors au Ministre de décider d'engager, ou non, des négociations fédérales-provinciales en vue de la conclusion d'un accord sur la création d'un office. Outre les recommandations du CNCPA, le Ministre peut fonder sa décision sur le degré de soutien des gouvernements provinciaux à la proposition.

Lorsqu'un accord fédéral-provincial est conclu et signé par toutes les parties requises (notamment, le ministre fédéral de l'Agriculture et ses homologues provinciaux), le Ministre fédéral le soumet à l'approbation du Cabinet en vue de la proclamation de la création de l'office.

Le gouverneur en conseil peut proclamer la création d'un office "lorsqu'il est convaincu que la majorité des producteurs du produit de ferme ... est en faveur de la création d'un office" (article 17 (1)). Il peut exiger un référendum de la part des producteurs provinciaux afin de déterminer si la majorité d'entre eux est favorable au projet.

LA PROPOSITION

En mars 1986, le Conseil canadien de l'horticulture constituait un groupe de travail chargé d'élaborer une proposition en vue de l'établissement d'un Office national de commercialisation des pommes de terre. Le Groupe de travail de l'Office national de commercialisation des pommes de terre (le Groupe de travail) représentait les organismes de producteurs de pommes de terre de neuf provinces: l'Île-du-Prince-Édouard, la Nouvelle-Écosse, le Nouveau-Brunswick, le Québec, l'Ontario, le Manitoba, la Saskatchewan, l'Alberta et la Colombie-Britannique.

En novembre 1986, le Groupe de travail présentait sa proposition au ministre de l'Agriculture. Celle-ci prévoyait la création d'un office chargé de rationaliser la commercialisation des pommes de terre dans le cadre d'un plan national de gestion des approvisionnements. Comme la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme (la Loi) restreint de telles mesures aux oeufs, à la volaille et au tabac, le Groupe de travail avait demandé au Ministre de modifier la Loi afin d'inclure les pommes de terre parmi les produits contrôlés. Il demandait également que le CNCPA tienne des audiences publiques sur la proposition.

Au début de décembre 1986, le Ministre s'engageait à demander une modification de la Loi de manière à permettre aux producteurs d'étudier la possibilité de créer un office national, et il donnait au CNCPA l'instruction d'entamer le processus d'audiences publiques.

C'était la seconde fois que le CNCPA était appelé à étudier une proposition d'établissement d'un office de commercialisation des pommes de terre. En 1980, le ministre de l'Agriculture avait appuyé une recommandation du Conseil en faveur de l'établissement d'un office régional de commercialisation des pommes de terre dans l'Est du Canada. Les cinq provinces de l'Est concernées (Île-du-Prince-Édouard, Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick, Québec et Ontario) n'étaient cependant pas parvenues à s'entendre sur les conditions d'un accord fédéral-provincial et sur le plan de commercialisation d'un tel office.

LES AUDIENCES

A partir du 18 décembre 1986, le CNCPA a publié un avis dans les quotidiens, les hebdomadaires et les publications agricoles de l'ensemble du Canada, ainsi que dans la Gazette du Canada. Il y annonçait la tenue d'une audience publique dans le cadre d'une enquête sur les mérites de la création d'un Office national de commercialisation des pommes de terre, et précisait que l'enquête comprendrait les points suivants:

(a) une évaluation de la situation actuelle des producteurs canadiens de pommes de terre et des incidences que pourrait avoir sur eux l'établissement d'un office national;

(b) une analyse de la situation actuelle du secteur de la pomme de terre et des effets bénéfiques possibles, notamment sur

le plan de la stabilisation, qu'un office national pourrait avoir au fil des ans, d'une année à l'autre et pour chaque saison de commercialisation;

(c) la détermination de la mesure dans laquelle le fonctionnement d'un tel office garantirait aux consommateurs un approvisionnement sûr d'un produit de qualité à un prix raisonnable;

(d) l'évaluation du degré de coopération fédérale-provinciale requis pour mettre en oeuvre le plan de commercialisation national proposé;

(e) l'évaluation des conditions, des assertions et du projet de plan de commercialisation contenus dans la proposition à l'étude;

(f) la pertinence de toute restriction que l'on pourrait imposer aux activités d'un office de commercialisation des pommes de terre ou aux pouvoirs qui lui seraient impartis en vertu de l'application de l'article 23 de la Loi.

Le CNCPA avait reçu 63 mémoires au 27 février 1987, date limite qu'il avait fixée pour leur soumission. Ces mémoires ont été placés dans un dossier public, comme tous les autres documents et témoignages déposés par la suite pendant l'enquête. Le public pouvait examiner tous ces documents à l'occasion de chaque audience ainsi qu'aux bureaux du CNCPA à Ottawa.

Les membres du Conseil désignés pour participer au comité chargé de tenir les audiences publiques étaient Glenn Flaten (président), Mme Lise Bergeron et G.G.E. Steele.

Une conférence a été tenue à Ottawa, le 25 mars 1987, avant le début des audiences. Elle avait pour objet de permettre aux parties intéressées d'examiner les dates et lieux de tenue des audiences, et de discuter des questions de procédure. Il a été convenu de les tenir à Charlottetown (Î.-P.-É), du 28 avril au 1er mai; à Fredericton (N.-B.), les 5 et 6 mai; à Toronto (Ontario), les 11 et 12 mai; à Winnipeg (Manitoba), le 14 mai; à Sainte-Foy (Québec), les 20 et 21 mai; à Edmonton (Alberta), le 26 mai; et à Richmond (C.-B.), le 28 mai.

Les séances d'audiences publiques ont été temporairement suspendues après celles de Toronto (11 et 12 mai), en attendant la décision de la Cour fédérale au sujet d'une demande d'injonction de renvoi de l'audience. Cette requête avait été déposée par l'Association canadienne des consommateurs, quatre gros transformateurs de pommes de terre canadiens (Cavendish Farm Limited; McCain Foods Limited; Carnation Foods Company Limited; et York Farms) et par l'Association canadienne des manufacturiers de produits alimentaires.

La requête faisait valoir que la proposition à l'étude, visant la création d'un office, était trop vague et que le Groupe de travail, qui était à l'origine de la proposition, devrait fournir plus de

détails. Elle soulignait également le fait que Glenn Flaten, le président du Comité risquait de donner l'impression qu'il manquait d'impartialité du fait que l'année précédente il avait assisté à trois réunions du Groupe de travail. M. Flaten avait donc décidé de se retirer du Comité afin d'éviter que les audiences soient encore plus retardées.

Le requête a été entendue à la Cour fédérale (Division de première instance) le 28 mai 1987, et rejetée le 2 juin 1987. Le CNCPA a alors repris les audiences et en a modifié le calendrier de sorte qu'elles ont eu lieu les 16 et 17 juin à Sainte-Foy (Québec); les 23 et 24 juin à Winnipeg (Manitoba); le 26 juin à Edmonton (Alberta), et le 29 juin à Richmond (C.-B.). Le résumé des arguments et les conclusions ont été présentés à Ottawa les 15, 16 et 17 juillet. Le Comité d'enquête a finalement été constitué par Mme Bergeron et M. Steele, celui-ci en assumant la présidence.

Lors de la séance finale à Ottawa, M. Steele a annoncé qu'avant de rédiger un rapport à l'intention du CNCPA, le Comité préparerait un "Résumé des principaux points et questions soulevés devant le Comité d'enquête", et que ce document serait communiqué à tous les intervenants en vue d'obtenir leurs commentaires. Ce résumé a été distribué le 5 septembre 1987, et leurs récipiendaires ont été invités à soumettre leurs commentaires pour le 8 octobre 1987 au plus tard. Les 23 réponses reçues figurent au dossier public de l'enquête.

Le résumé, ainsi que l'analyse des statistiques présentées lors des audiences, constitue le fondement du rapport que le Comité présente maintenant au Conseil et des recommandations du CNCPA au ministre de l'Agriculture.

II. POLITIQUES ET PROGRAMME ANTÉRIEURS POUR RÉSOUDRE LES PROBLÈMES DE L'INDUSTRIE

APERÇU HISTORIQUE

Au cours des douze dernières années, les producteurs de pommes de terre ont maintes fois tenté de trouver une solution à l'instabilité de leur secteur.

Au début de 1975, un Comité de la pomme de terre, représentant des producteurs de l'Île-du-Prince-Édouard, de la Nouvelle-Écosse, du Nouveau-Brunswick, du Québec et de l'Ontario, a été constitué à l'initiative des gouvernements de l'Île-du-Prince-Édouard et du Nouveau-Brunswick. Il avait pour objet d'élaborer et de mettre en oeuvre un plan de commercialisation des pommes de terre pour l'Est du Canada.

Plus tard cette année-là, en août, le Comité a participé à une conférence de producteurs sur la commercialisation des pommes de terre, organisée par la Fédération canadienne de l'agriculture et par le Conseil canadien de l'horticulture. Les producteurs des provinces de l'Ouest, ainsi que le CNCPA y avaient également été conviés. Bien qu'ils eussent généralement convenu qu'un meilleur contrôle de la commercialisation des pommes de terre dans l'Est du Canada s'imposait, ainsi d'ailleurs que la réduction de l'instabilité des prix et de l'approvisionnement, les participants n'ont pas réussi à se mettre d'accord sur les modalités en dépit d'une discussion approfondie du fonctionnement des offices de commercialisation de la Colombie-Britannique et du Manitoba.

Peu de mesures concrètes concernant un plan de commercialisation ont été prises après la conférence; cependant, entre 1975 et 1981, plusieurs provinces ont adopté des mesures pour créer leurs propres organismes de commercialisation des pommes de terre. Un office existait déjà à l'Île-du-Prince-Édouard depuis 1956; une commission de commercialisation des pommes de terre (potato commission), en Alberta, depuis 1966; et, au Manitoba, un office de commercialisation des légumes s'occupait également des pommes de terre (il avait été créé en 1972). En Ontario, un office de commercialisation a été créé en 1975 pour les pommes de terre de transformation et un autre en 1979, pour les pommes de terre de consommation. En Saskatchewan, une commission de commercialisation des légumes a été établie en 1978, et des organismes de commercialisation des pommes de terre ont été créés au Québec et au Nouveau-Brunswick en 1979. La Colombie-Britannique a établi une commission de commercialisation des légumes en 1980 et un office de commercialisation des pommes de terre a commencé à fonctionner en Nouvelle-Écosse en 1981. (À la page 8, les pouvoirs et l'autorité de ces organismes de commercialisation des pommes de terre sont indiqués sous forme matricielle.)

C'est également en avril 1979, que le Eastern Canada Potato Producers Council a été constitué en société alors qu'il fonctionnait déjà depuis deux ans de manière informelle.

En décembre 1979, après trois années pendant lesquelles les prix sont demeurés bas, le ministre fédéral de l'Agriculture a constitué un groupe de travail fédéral-provincial composé de représentants des gouvernements et des producteurs, et l'a chargé de trouver une solution. Ce groupe de travail a cependant eu une existence fort brève car il ne s'est pas réuni après mars 1980.

À la suite de l'arrivée au pouvoir d'un nouveau gouvernment fédéral au début de 1980, le nouveau ministre de l'Agriculture a rencontré ses homologues des provinces de l'Est, en avril 1980, pour étudier la possibilité d'une forme quelconque d'arrangement de commercialisation entre ces provinces. Un nouveau comité fédéral-provincial a alors été établi et chargé de travailler de concert avec les membres du Eastern Canada Potato Producers Council afin d'élaborer une proposition de création d'un office de commercialisation régional. Cette proposition a été soumise au CNCPA en juillet 1980.

Cette proposition portait sur l'établissement d'un office régional chargé de coordonner la production et la commercialisation de toutes les pommes de terre (c.-à-d., de consommation, de semence et de transformation) grâce à un système de contingentement; de fixer des prix à la ferme minimums calculés d'après le coût de production majoré d'un profit raisonnable; d'instituer une politique de vente centralisée; d'établir un système efficace de ramassage, de transport et de manutention; de créer des marchés intérieurs et d'exportation pour les pommes de terre de l'Est du Canada; de recueillir et de diffuser des informations sur le marché; et de réaliser des programmes de recherche et de promotion. Comme l'exigeait la Loi sur les offices de commercialisation des produits agricoles, le CNCPA a entrepris une enquête sur les mérites de la création d'un tel office, comportant notamment la tenue d'audiences publiques dans tout l'Est du Canada, en septembre 1980.

Le CNCPA a constaté que les producteurs de pommes de terre étaient très favorables au principe d'un office de commercialisation régional, pourvu qu'il n'ait pas de pouvoirs de gestion des approvisionnements. Il a recommandé la création d'un tel office au ministre de l'Agriculture, en faisant observer que le secteur avait besoin de plus de temps pour se familiariser avec le fonctionnement d'un office et pour que les provinces apprennent à collaborer dans ce secteur. Le Conseil a donc recommandé que tout plan de commercialisation adopté soit soumis à un examen dans les deux années suivant l'établissement d'un office. (Les conclusions et les recommandations de l'enquête conduite par le CNCPA en 1980 sont reproduites à l'Annexe C).

Avec l'appui du Ministre fédéral, les négociations fédérales-provinciales visant la conclusion d'un accord sur un plan de commercialisation ont débuté en février 1981. Les principales fonctions de l'Office auraient été de régir les prix et d'exploiter un programme de retrait des excédents en conjonction avec des programmes provinciaux autogérés de contrôle des approvisionnements, dont les objectifs étaient à la fois réalistes et volontairement acceptés.

Les négociations ont progressé avec lenteur, puis ont abouti à une impasse lorsque les représentants provinciaux ne sont pas parvenus à régler la question de la procédure de vote en vue d'établir les prix.

C'est alors que les représentants du CNCPA ont rendu visite à chaque ministre provincial de l'Agriculture des provinces de l'Est afin de déterminer la position de la province à l'égard de la création de l'Office. L'Ontario, le Nouveau-Brunswick et la Nouvelle-Écosse étaient partisans du plan de commercialisation proposé. Le ministre québécois avait des réserves. À l'Île-du-Prince-Édouard, ni l'Office de commercialisation ni le Ministre n'étaient prêts à accepter les modalités de l'accord.

Entretemps, certains producteurs de l'Ouest du Canada s'étaient déclarés intéressés à constituer un office national, s'inspirant du plan prévu pour l'Est, mais comportant un certain nombre de différences majeures. Cet office s'occuperait uniquement des pommes de terre fraîches, ou de consommation; il assurerait le fonctionnement d'un programme de gestion des approvisionnements (ce qui nécessiterait une modification de la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme, de manière à ce que les pommes de terre y figurent comme denrée commercialisable dans le cadre d'un tel système de gestion); son fonctionnement s'appuierait sur deux marchés régionaux (Est et Ouest); il n'y aurait pas de programme de retrait des excédents.

À la suite de l'échec du plan de l'Est, les représentants des producteurs des provinces de l'Ouest (Colombie-Britannique, Alberta, Saskatchewan et Manitoba) sont parvenus à un accord de principe sur ce plan avec les représentants de l'Ontario, du Québec, du Nouveau-Brunswick et de la Nouvelle-Écosse.

En avril 1985, les représentants du groupe ont rencontré le ministre fédéral de l'Agriculture pour discuter avec lui de la proposition des producteurs de l'Ouest. Le Ministre leur a alors recommandé de s'assurer de la fermeté du soutien de leurs gouvernements provinciaux avant de présenter officiellement une proposition ou de demander une modification de la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme.

Durant l'année suivante, les producteurs ont poursuivi leurs négociations qui ont culminé en mars 1986, dans le cadre de la réunion annuelle du Conseil canadien de l'horticulture, par la création du Groupe de travail de l'Office national de commercialisation des pommes de terre; ce Groupe de travail était chargé d'élaborer un projet d'établissement d'un office national. C'est ce projet que le CNCPA a examiné durant son enquête de 1987.

Une enquête distincte sur les pratiques en matière de commercialisation des pommes de terre a été lancée en mai 1984. Présidée par le juge F.G. Carter, la Commission royale d'enquête sur les pratiques en matière de commercialisation du secteur de la pomme de terre dans l'Est du Canada a obtenu un mandat de deux ans pour étudier la structure du secteur, le rôle des producteurs, la convenance du système de commercialisation actuel et les possibilités d'avenir de ce

POUVOIRS ET AUTORITÉ DES OFFICES FÉDÉRAL ET PROVINCIAUX DE COMMERCIALISATION DES POMMES DE TERRE

	Gestion des approvisionnements			Fixation des prix			Prélever des droits	Délivrer des permis	Rassembler et diffuser de l'information sur les marchés	Promotion et développement du marché	Recherche
	Prévue dans la loi	Déléguée à un office de comm. des p. de t.	Utilisée par l'Office	Prévue dans la loi	Déléguée à un office de comm. des p. de t.	Utilisée par l'Office					
FÉDÉRAL	X(1)			X			X	X	X	X	X
Terre-Neuve	X	X	NON	X	X(2)	X	X	X	X	X	X
Ile-du-Prince-Edouard(3)	NON			X			X	X	X	X	
Nouvelle-Écosse	X	X	X	X	X	NON	X	X	X	X	
Nouveau-Brunswick	X	X	NON	X	X	X(4)	X	X	X	X	X
Québec	X	X(5)	NON	X	X	NON	X	X	X	X	
Ontario	X	NON		X	X(5)	X(5)	X	X	X	X	
Manitoba	X	X	X(5)	X	X	X	X	X	X	X	X
Saskatchewan	X	NON							X	X	
Alberta	X	NON					X	X	X	X	X
Colombie-Britannique	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	

(1) L'ajout des pommes de terre à la liste de produits dont la commercialisation peut être régie par un programme de gestion des approvisionnements nécessiterait un amendement à la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme.
(2) Prix minimums.
(3) Le ministre de l'Agriculture de l'Ile-du-Prince-Édouard a interrompu les activités de l'Office de commercialisation des pommes de terre de l'Ile-du-Prince-Édouard en décembre 1987.
(4) Pour les primeurs seulement.
(5) Pour les pommes de terre de consommation seulement.

secteur. Cependant, à la suite de l'arrivée au pouvoir d'un nouveau gouvernement fédéral à la fin de l'année, l'enquête a été annulée en novembre, avant même que ses audiences publiques ne débutent.

ORGANISME NATIONAL DE PRODUCTEURS

Il n'existe aucun organisme national ayant le mandat exclusif de défendre et de promouvoir les intérêts du secteur primaire de la pomme de terre en matière de production et de commercialisation. Le Comité de la pomme de terre du Conseil canadien de l'horticulture sert de porte-parole, sur la scène nationale, aux producteurs du secteur primaire et aux organismes provinciaux correspondants. En outre, la Fédération canadienne de l'Agriculture et la National Farmers Union font valoir le point de vue des producteurs du secteur primaire sur certaines questions.

Tant au niveau provincial que régional, il existe un assez grand nombre d'organismes qui représentent les producteurs de pommes de terre. Mentionnons, entre autres, des associations de producteurs, des offices provinciaux de commercialisation et, dans la région de l'Atlantique, Pommes de terre Canada.

Les intervenants ont informé le Comité que chaque province avait adopté sa propre façon de faire face aux problèmes de production et de commercialisation. Selon les intervenants, les démarches différentes adoptées par chaque province pour la commercialisation des pommes de terre étaient fonction: a) de l'importance du secteur dans l'économie de la province; b) des autres options économiquement viables qui s'offraient aux producteurs et aux transformateurs de chaque province; c) de la situation géographique des producteurs et des transformateurs par rapport aux principaux marchés intérieurs et aux marchés d'exportation; et d) des différences pédologiques et climatiques d'une province à l'autre. Plusieurs intervenants ont noté la nécessité que l'ensemble du secteur adopte une démarche nationale de concertation et de participation pour les questions d'intérêt national.

STABILISATION

La Loi de stabilisation des prix agricoles autorise un soutien aux prix de denrées désignées, telles que les pommes de terre, en cas de besoin. En vertu de cette loi, les pommes de terre ont bénéficié du soutien des prix sept des seize dernières années. Au total, 75 millions de dollars ont été versés; des paiements ont été versés pour chaque campagne agricole de 1976 à 1982 inclusivement, ainsi qu'en 1985.

Les producteurs ont aussi bénéficié d'autres types d'aide financière. À la demande des gouvernements de l'Î.-P.-É et du Nouveau-Brunswick, le gouvernement fédéral a partagé les coûts d'un programme de 18 millions de dollars visant à utiliser une partie de la récolte de 1985 dans ces provinces pour alimenter les animaux et pour l'aide alimentaire. Il a ainsi versé 6 millions de dollars à l'Î.-P.-É et 3 millions de dollars au Nouveau-Brunswick.

Les producteurs québécois sont protégés contre les fortes baisses de prix par un programme provincial d'assurance du revenu. Ce programme, dont les coûts sont partagés par les producteurs et le gouvernement provincial, fut établi en 1979. Il a versé des paiements aux producteurs plusieurs années et son déficit atteint en ce moment 30 millions de dollars. En 1985, les producteurs de pommes de terre du Québec ont bénéficé d'un montant net de 19,3 millions de dollars, une fois déduits les droits payés par eux en vertu de ce programme.

Les producteurs de l'Ontario et de la Colombie-Britannique ont également reçu des paiements du gouvernement au cours de cinq dernières années. L'Ontario a versé 500 000 $ à ses producteurs pour la récolte de pommes de terre de consommation de 1985. Ce programme était totalement financé par le gouvernement de la province.

En 1985, les producteurs de pommes de terre de la Colombie-Britannique ont demandé qu'une surtaxe fédérale soit imposée aux importations de pommes de terre américaines. Cette requête a été rejetée en faveur d'une enquête antidumping qui a abouti à l'imposition de droits provisoires à compter de décembre 1986. Le gouvernement fédéral a versé une indemnité de 1 million de dollars aux producteurs de la Colombie-Britannique pour couvrir les pertes qu'ils ont encourues sur les ventes de la récolte 1985. De plus, des paiements ont été faits aux producteurs de la Colombie-Britannique, dans la cadre du programme provincial d'assurance du revenu agricole, trois années sur cinq, entre 1982 et 1985.

III. PRODUCTION DE POMMES DE TERRE

IMPORTANCE ÉCONOMIQUE

La pomme de terre est cultivée dans les dix provinces, les Territoires du Nord-Ouest et le Yukon. Cette production est importante pour tous les territoires et provinces. Selon la taille absolue du secteur agricole et sa contribution à l'économie de la province ou du territoire, les pommes de terre peuvent être un facteur majeur du revenu agricole provincial en espèces, un élément essentiel de la rotation des cultures ou encore un élément important de la politique d'autosuffisance d'un gouvernement.

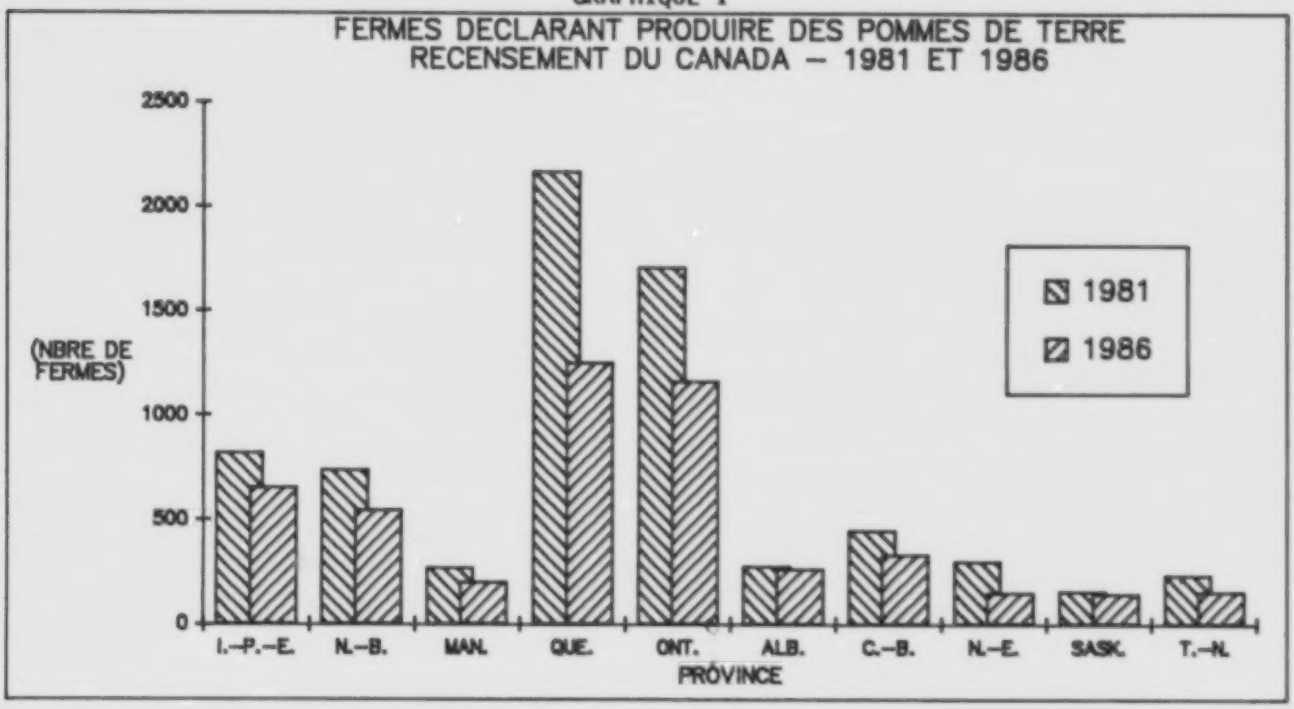
Les pommes de terre sont un élément très important de la santé économique de l'agriculture à l'Î.-P.-É et au Nouveau-Brunswick. Au cours de la période 1981-1985, la production de pommes de terre a représenté respectivement 37 pour cent et 23 pour cent du total du revenu agricole de ces deux provinces. Plus de 21 pour cent de toutes les exploitations agricoles de l'Î.-P.-É., et 12 pour cent de celles du Nouveau-Brunswick, ont cultivé plus de cinq acres de pommes de terre en 1986.

Il n'est pas possible de mesurer avec précision l'importance de la production de pommes de terre des autres provinces et des territoires en fonction de la part qu'elle représente du revenu agricole. En Ontario, au Québec, en Colombie-Britannique et en Nouvelle-Écosse, cette production est souvent un élément-clé de la rotation des cultures. Dans ces provinces, la récolte des pommes de terre constitue une part importante de la rotation des cultures, représente une portion importante du revenu agricole et, dans certaines exploitations, permet d'optimiser l'utilisation des terres et de la main-d'oeuvre disponibles et d'étaler les coûts de l'équipement sur plus d'une seule récolte.

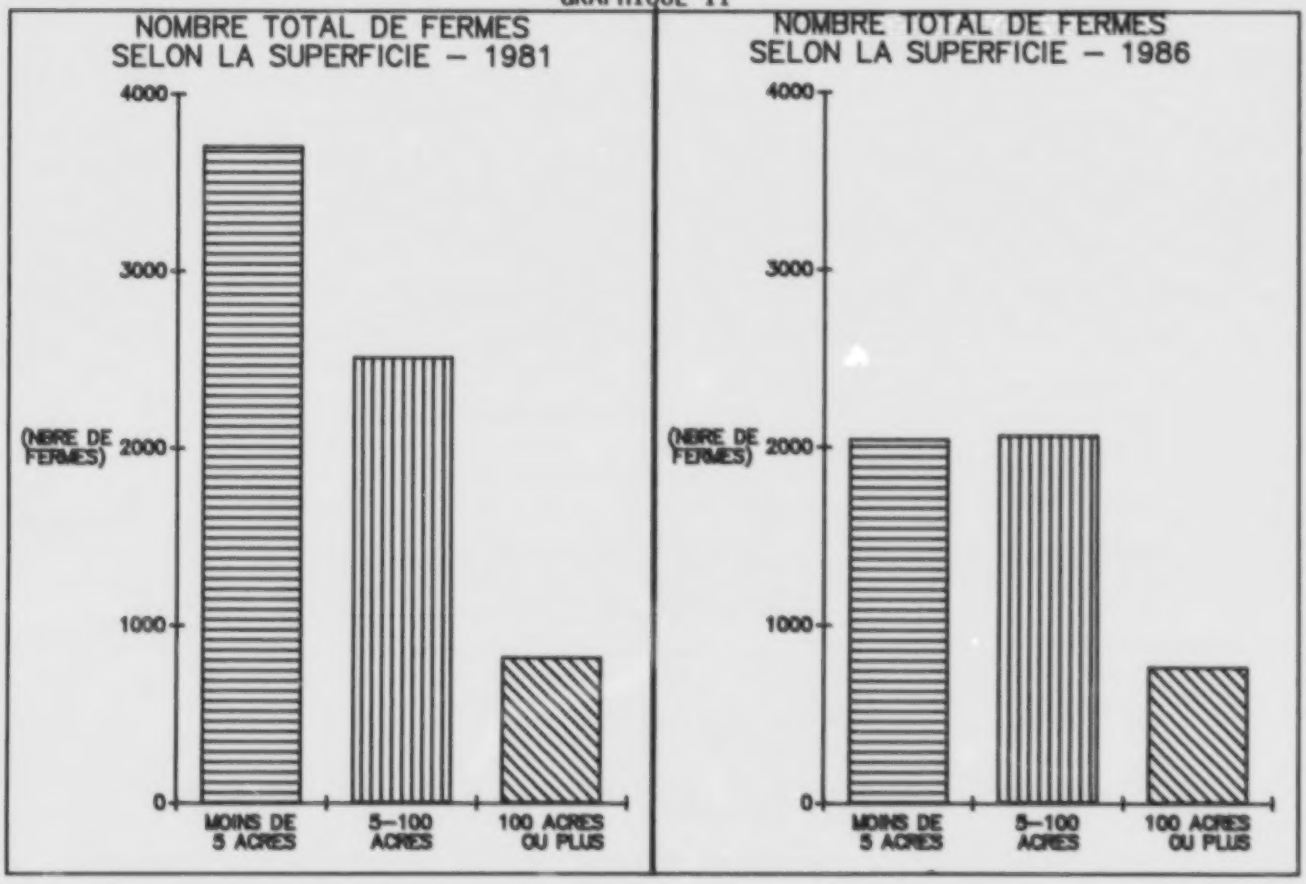
Le secteur de la pomme de terre au Manitoba et en Alberta est constitué par un petit nombre de grosses entreprises extrêmement spécialisées et à forte intensité de capital. Il est fréquent que ces exploitations soient totalement tributaires de la récolte de pommes de terre. En 1986, les terres plantées en pommes de terre dans ces deux provinces représentaient 25 pour cent de la superficie nationale correspondante et alimentaient une importante industrie de transformation.

Terre-Neuve, la Saskatchewan et les Territoires comprenaient environ deux pour cent des terres canadiennes ensemencées en pommes de terre en 1986. Les producteurs de la Saskatchewan sont peu nombreux, mais ils accroissent leur production pour servir le marché local. Vingt-quatre pour cent de toutes les exploitations agricoles terre-neuviennes ont déclaré produire des pommes de terre en 1986. Il n'existe pas de données pour les Territoires.

GRAPHIQUE I



GRAPHIQUE II



TAILLE ET STRUCTURE DES EXPLOITATIONS AGRICOLES

Nombre d'exploitations et superficies cultivées - tendances

Au cours des cinq dernières années, le nombre d'exploitations productrices de pommes de terre a diminué de 32 pour cent, passant de 7 139 à 4 885. Comme le graphique I le montre, toutes les provinces ont connu une diminution du nombre d'exploitations productrices de pommes de terre, encore que cette diminution ait été plus rapide dans certaines d'entre elles.

Plus des trois quarts de cette réduction du nombre d'exploitations affectaient celles de moins de 5 acres (voir le graphique II). En outre, 20 pour cent concernaient les exploitations de 5 à 100 acres, et 3 pour cent touchaient celles de plus de 100 acres; dans cette catégorie, la diminution la plus marquée s'est produite au Nouveau-Brunswick (de 220 à 167 exploitations).

Changements de taille des exploitations

Le Recensement de l'agriculture de 1986 a révélé que 4 885 exploitations avaient ensemencé 275 589 acres en pommes de terre au Canada, ce qui représentait une augmentation de 1 pour cent de la superficie cultivée par rapport à 1981. Cette légère augmentation de la superficie cultivée s'est produite dans les exploitations de plus de 5 acres. Les exploitations de la catégorie de 5 à 100 acres représentaient la même proportion de la superficie nationale en 1981 et 1986 (26 pour cent), mais l'exploitation moyenne de cette catégorie est passée de 28 acres à 34 acres au cours de cette période. Le nombre d'exploitations de cette catégorie s'élevait à 2 517 en 1981, contre 2 070 en 1986.

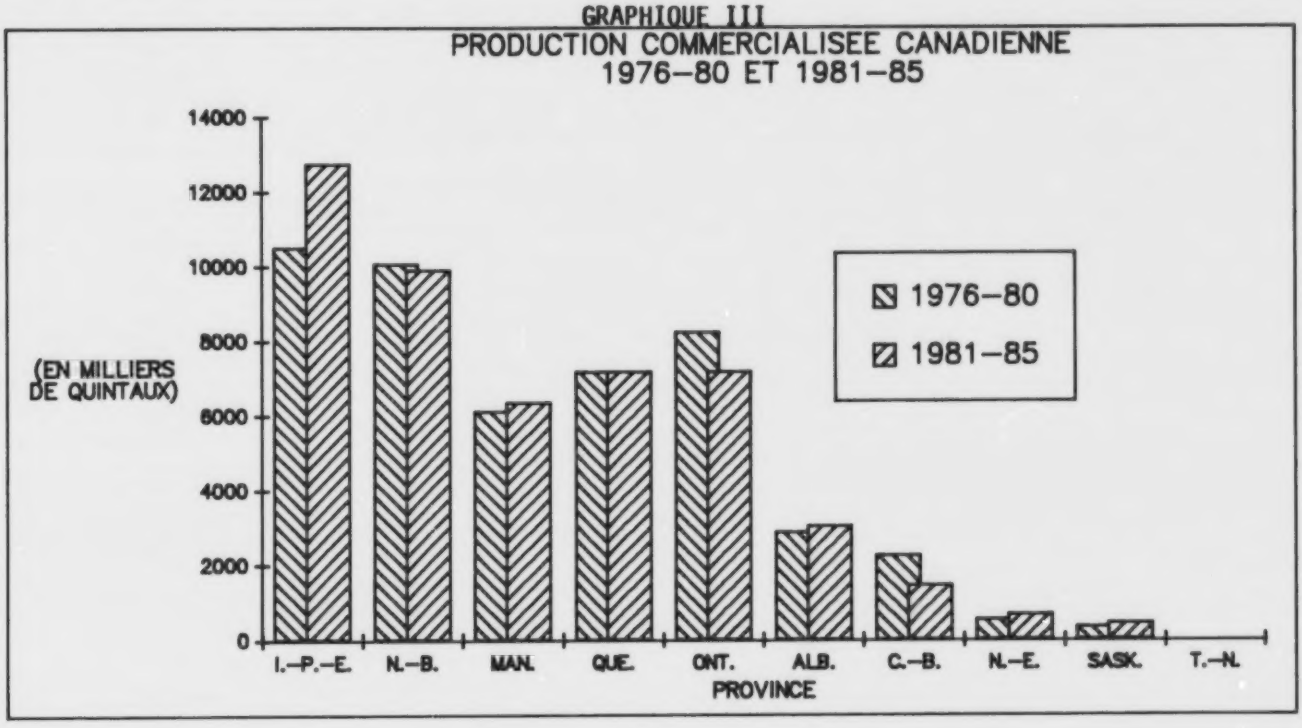
En 1986, les 766 exploitations de plus de 100 acres représentaient 73 pour cent de la superficie consacrée à la production de pommes de terre comparativement à 823 exploitations et 71,6 pour cent en 1981. Leur taille moyenne était de 263 acres alors qu'elle n'était que de 235 acres en 1981. Cette catégorie comprend 95 pour cent de la superficie consacrée à cette production au Manitoba, 88 pour cent en Alberta, 76 pour cent dans l'Î.-P.-É. et 71 pour cent au Nouveau-Brunswick.

PRODUCTION DE POMMES DE TERRE

Tendances de la production

Ces dix dernières années, la superficie ensemencée en pommes de terre et la production de ce tubercule ont augmenté légèrement au Canada.

GRAPHIQUE III



La production commercialisée* au Canada a augmenté d'environ 1,5 pour cent entre les périodes 1976-1980 et 1981-1985. On peut voir, au graphique III, que l'Île-du-Prince-Édouard, l'Alberta, la Nouvelle-Écosse et la Saskatchewan ont augmenté leur production commercialisée entre 1976-1980 et 1981-1985. Au cours de la même période, la production commercialisée a sensiblement baissé en Ontario et en Colombie-Britannique. Toutes les autres provinces sont demeurées stables ou ont connu un léger fléchissement de la production commercialisée.

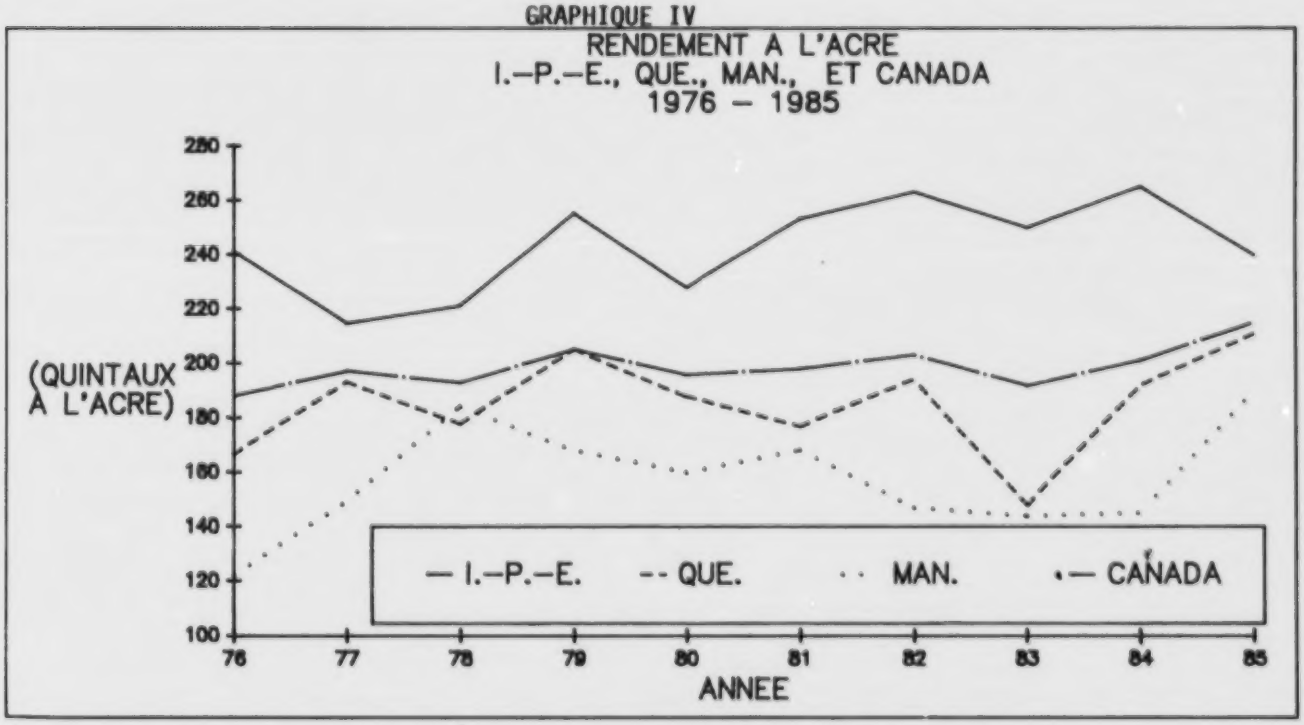
*La "production commercialisée" comprend toutes les ventes des exploitations agricoles sur les marchés intérieurs et d'exportation. Elle ne comprend ni les déchets de triage ni les pommes de terre écoulées à titre d'aide au détournement des excédents vers des usages inhabituels. Lorsque l'on utilise ce terme avec une période de cinq ans, il s'agit de la moyenne des cinq ans; lorsque l'on indique plutôt une année en particulier, il s'agit de la production commercialisée réelle de la campagne agricole indiquée (du 1er juillet au 30 juin). Les tableaux A-V et A-VIII en annexe indiquent la production commercialisée par provinces pour des périodes quinquennales et des campagnes agricoles. Les données utilisées ont été tirées de la publication de Statistique Canada "Production de fruits et légumes" (no de catalogue 22-003).

On a souligné au Comité que de nombreux facteurs influent sur les tendances de la production et sur les variations du volume des pommes de terre produites d'une année à l'autre: le climat; la situation financière de l'agriculteur; l'idée que celui-ci se fait du marché de l'année suivante; les autres options économiques existant dans la province ou la région où il habite; le type de marché (transformation, consommation ou semence); l'information sur les marchés dont dispose l'exploitant individuel; les politiques publiques et les variations de rendement.

On a, par exemple, attribué en partie l'augmentation de la production commercialisée de l'Île-du-Prince-Édouard à la stratégie de commercialisation adoptée par le secteur dans cette province. Il semble également que les programmes et les politiques de développement régional du gouvernement ont stimulé la croissance du secteur dans cette province.

La croissance de la production de l'Alberta semble liée à la fois à celle du segment de la transformation et à celle des exportations de tubercules de semence dans le Nord-Ouest des États-Unis. Quant à celle de la production de la Nouvelle-Écosse et de la Saskatchewan, si elle est importante en pourcentage, elle est faible pour ce qui est de ses effets sur la commercialisation de la production nationale. L'augmentation de la production dans ces deux provinces résulte des efforts des producteurs pour approvisionner le marché provincial des pommes de terre de consommation.

GRAPHIQUE IV



La baisse considérable de la production commercialisée de l'Ontario peut s'expliquer par le fait que cette province a perdu une part importante de son propre marché provincial des pommes de terre de consommation. Bien que les producteurs ontariens aient ainsi cédé une part importante de leur marché des tubercules de consommation, ils ont conservé leur part du marché des pommes de terre de transformation au cours de cette décennie.

Les producteurs de la Colombie-Britannique ont subi une baisse de leurs mises en marché des tubercules de consommation ainsi que des tubercules de transformation. La baisse du premier marché a été compensée par des importations des États-Unis. La diminution des mises en marché de pommes de terre de transformation est surtout due à la fermeture d'une usine de transformation.

Variations du rendement à l'acre selon les provinces

Le graphique IV illustre les variations de la production à l'acre par province et par année. Ce graphique montre les variations annuelles à l'échelle nationale et pour l'Île-du-Prince-Édouard, le Québec et le Manitoba. Il indique la présence de variations dans le rendement à la fois dans le temps (d'une année à l'autre) et dans l'espace (selon la province et la région). (Le tableau A-VI, en annexe, en donne un aperçu plus détaillé).

PRIX DES POMMES DE TERRE

Caractère cyclique du prix

Les témoignages et les opinions présentés au cours des audiences ainsi que les documents soumis par les intervenants ont confirmé l'impression qu'il existait un "cycle du prix des pommes de terre". Divers intervenants ont décrit un cycle d'une durée de trois années.

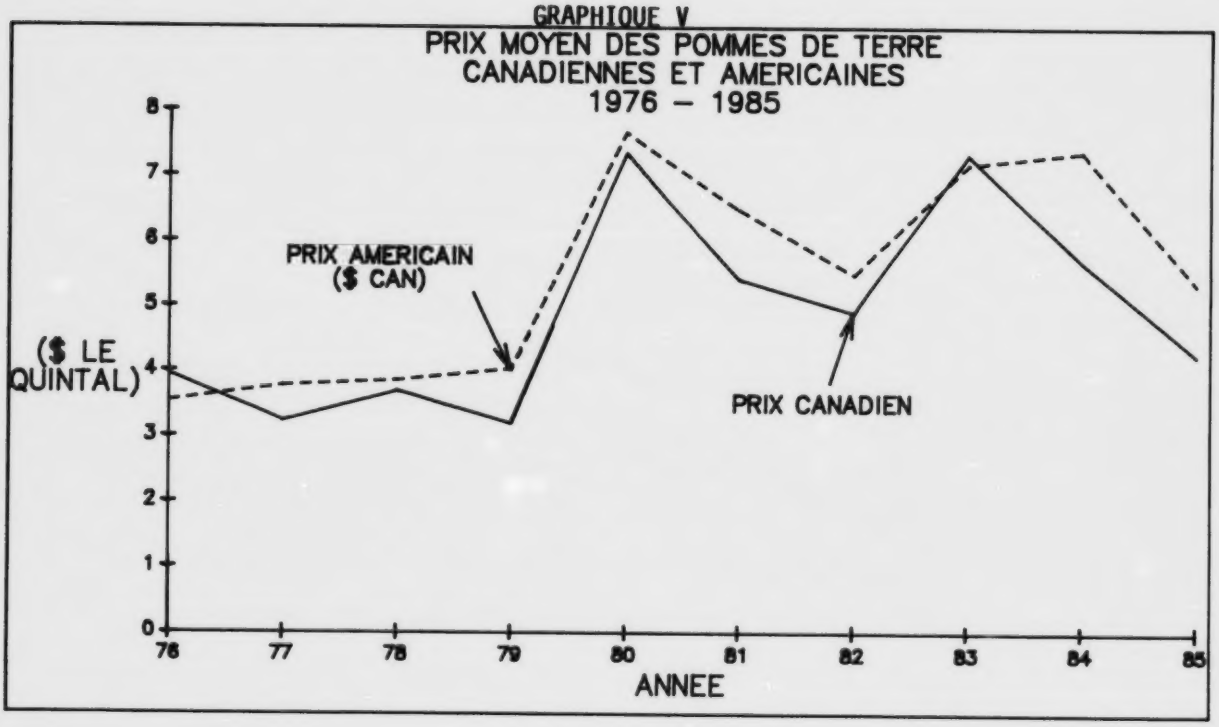
Certains voyaient dans ce cycle un moyen d'expliquer les fluctuations d'une année à l'autre dans les superficies plantées, la production commercialisée et le revenu du producteur.

Les intervenants considéraient que ce cycle était directement lié au prix américain et qu'il était influencé par de nombreux facteurs. Le climat, la perception du marché mondial par les producteurs, la manipulation du marché par les commerçants européens, l'attrait économique d'un produit de remplacement tel que les céréales et les oléagineux, et l'absence d'options dans le choix des cultures sont autant de raisons invoquées par les intervenants.

Il semble qu'en Amérique du Nord comme dans le reste du monde, il existe un rapport entre la production et les prix d'une année à l'autre. Comme le graphique V le montre, le prix canadien a suivi le prix américain au cours des dix dernières années. Le graphique VI nous permet de voir que la production canadienne semble réagir aux changements de prix illustrés au graphique V. Lorsque l'on compare les prix canadiens aux prix américains, deux observations s'imposent: le prix canadien reflète le prix américain et il existe une durée d'environ trois ans entre les hauts et les bas du prix américain.

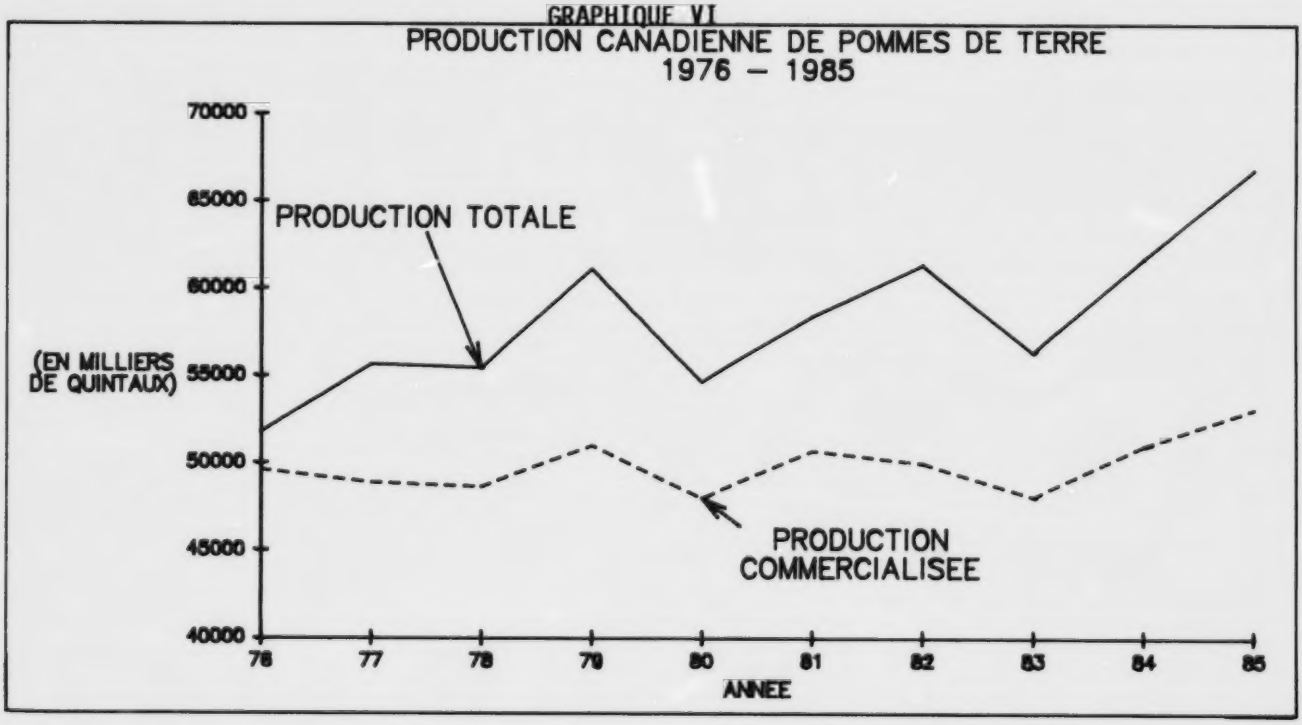
GRAPHIQUE V

PRIX MOYEN DES POMMES DE TERRE
CANADIENNES ET AMERICAINES
1976 – 1985



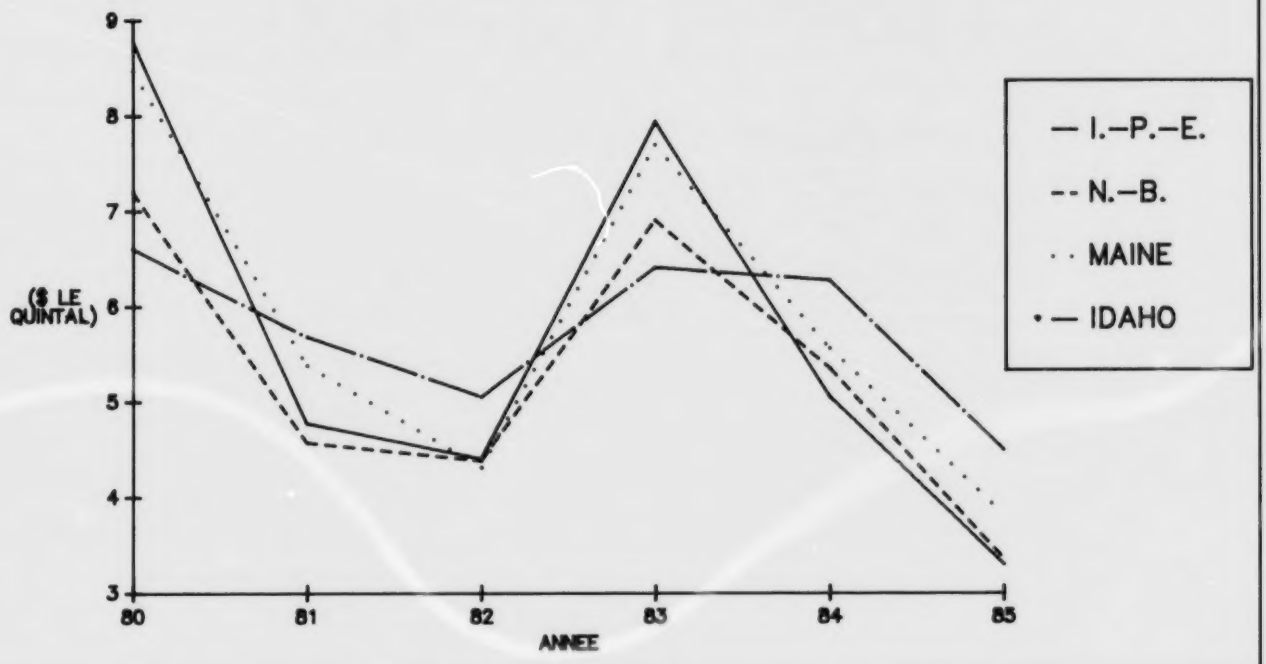
GRAPHIQUE VI

PRODUCTION CANADIENNE DE POMMES DE TERRE
1976 – 1985

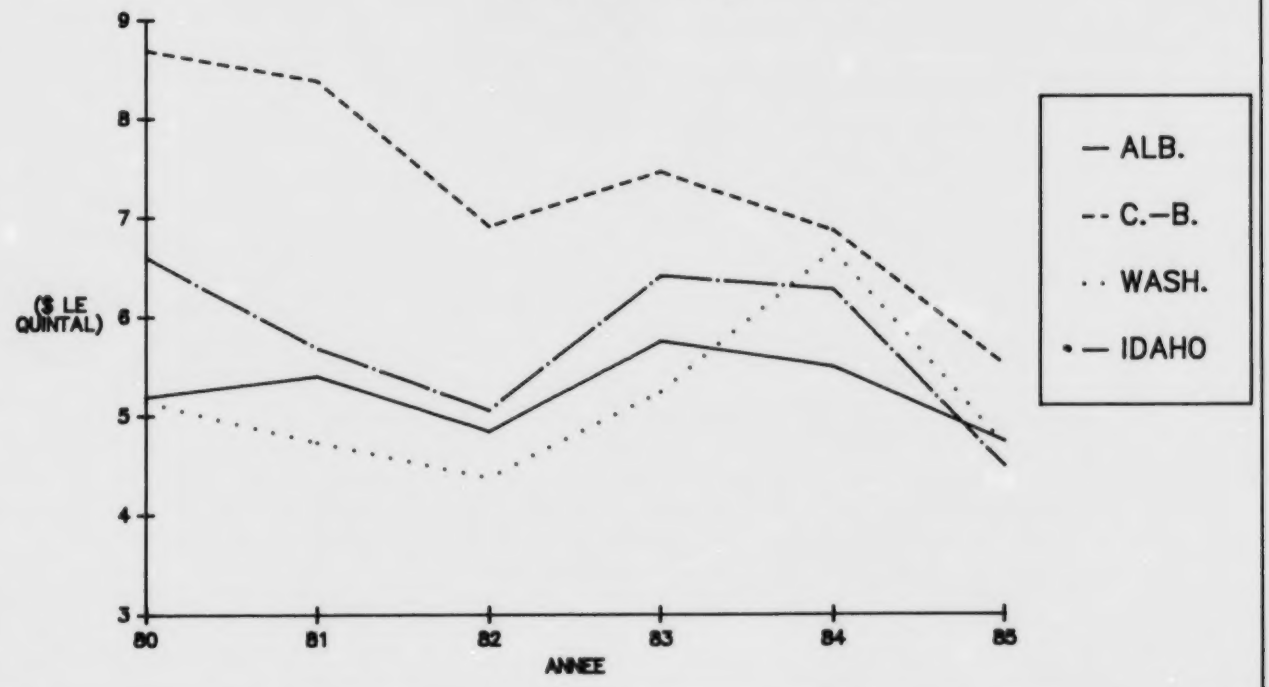


GRAPHIQUES VII ET VIII

COMPARAISON DU PRIX – EST DU CANADA ET ETATS AMERICAINS
1980 – 1985 (EN $ CAN)



COMPARAISON DU PRIX – OUEST DU CANADA ET ETATS AMERICAINS
1980 – 1985 (EN $ CAN)



Les données relatives au prix et à la production au Canada révèlent que celui-ci augmente ou diminue selon la quantité de la production commercialisée. Il semble également qu'à certains moments, des augmentations ou des diminutions relativement faibles de la production commercialisée coïncident avec des augmentations ou des diminutions sensibles des prix (se référer aux tableaux A-VII et A-IX en annexe).

Fluctuations du prix au Canada

Au cours des dix dernières années, la superficie ensemencée en pommes de terre et la production commercialisée du Canada ont connu des fluctuations mineures. Par contre, le prix moyen national est passé de 3,25 $ le quintal en 1977 à 7,34 $ en 1980, à 7,32 $ en 1982 et à 4,26 $ en 1985 (se référer au graphique V, et au tableau A-VII en annexe).

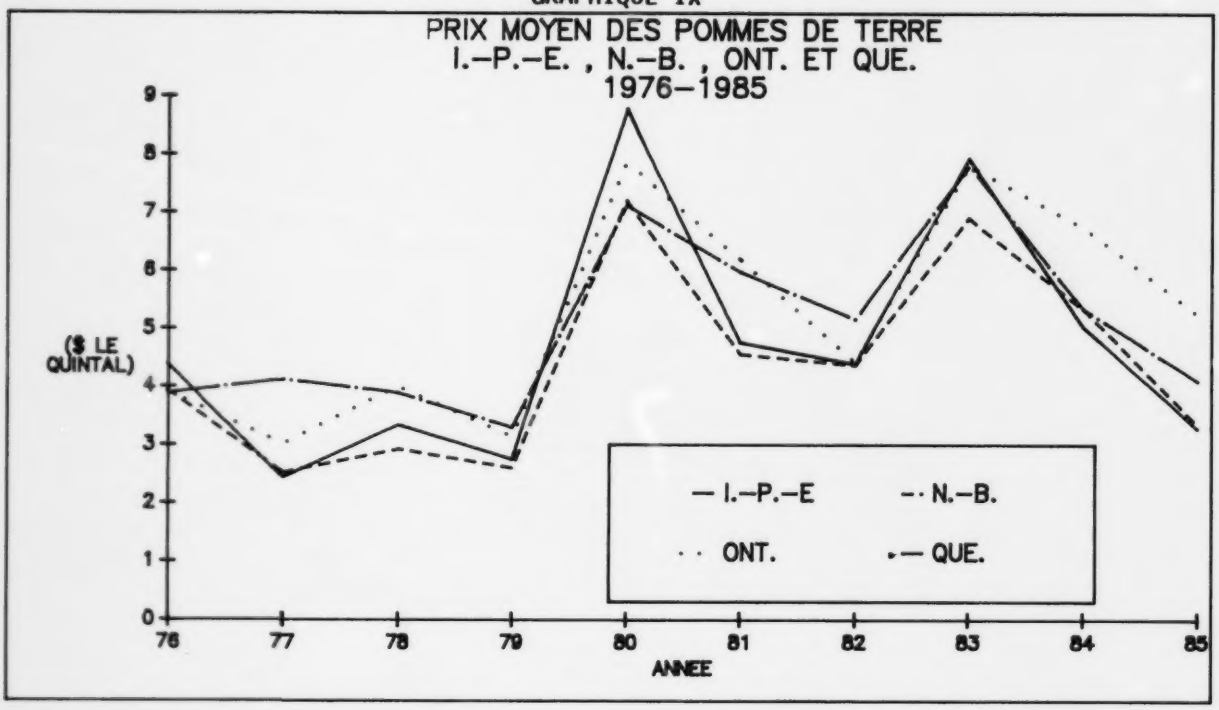
Comme les graphiques VII et VIII le montrent, les niveaux de prix en vigueur dans les états américains concurrents semblent être un des facteurs-clé qui régissent le prix canadien. Il est manifeste que le prix reçu par les producteurs des principales provinces importatrices et exportatrices est lié au prix reçu par leurs concurrents américains. En outre, durant la période 1980 à 1985, ce prix semble avoir diminué au même rythme des deux côtés de la frontière.

Il existe des différences de prix très sensibles d'une région à l'autre. Les intervenants ont déclaré au Comité qu'on pouvait attribuer ces différences à de nombreux facteurs, notamment les suivants: la quantité et la qualité de la récolte annuelle; le type de pommes de terre produites, (tubercules de consommation, de semence, de transformation en frites ou en croustilles, ou destinés à l'exportation); le calendrier du transport des pommes de terre vers les marchés; les autres possibilités s'offrant aux agriculteurs de chaque province; les ressources financières de ces agriculteurs; et la situation climatique, ainsi que celle de la production, dans la province concernée, en Amérique du Nord et en Europe.

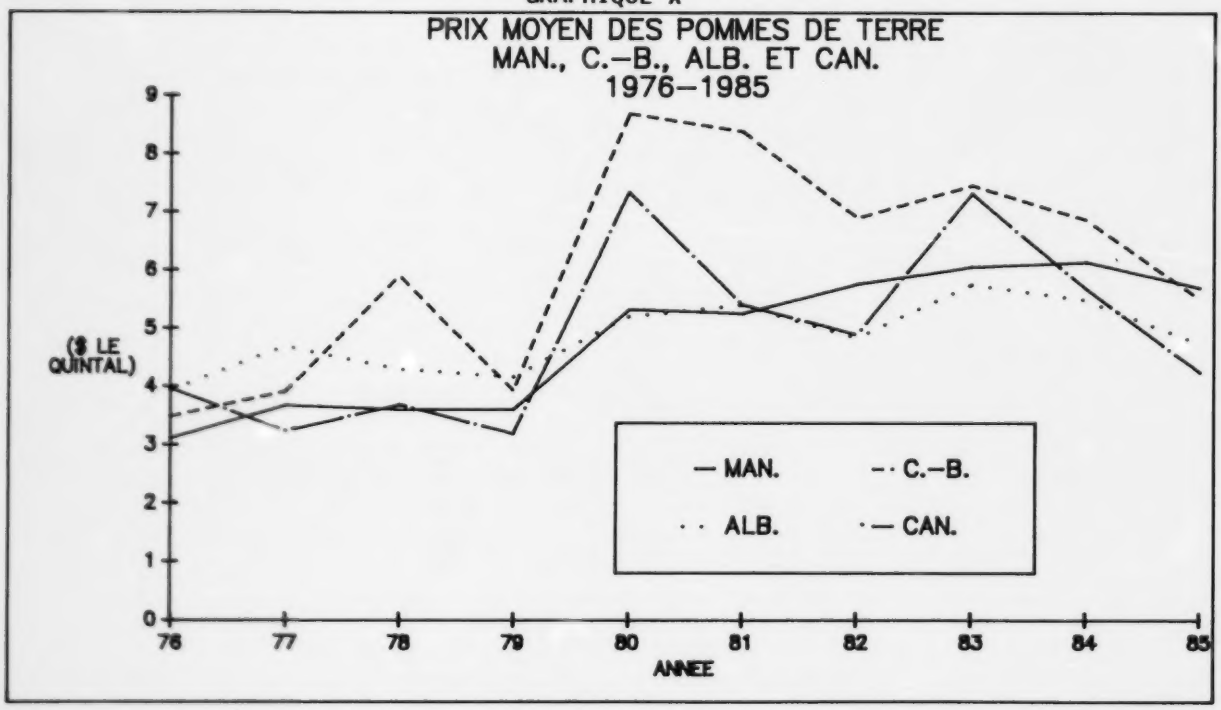
Au cours des dix dernières années, le prix pratiqué par les producteurs du Nouveau-Brunswick a constamment été inférieur à la moyenne nationale, alors que les producteurs de l'Î.-P.-É. n'ont dépassé celui-ci qu'en 1976, 1980 et 1983. Par contre, les producteurs du Manitoba ont cinq fois dépassé la moyenne nationale, les producteurs de l'Ontario, six fois, et ceux de la Colombie-Britannique, neuf années sur dix (se référer au tableau A-VII en annexe).

En outre, les caractéristiques des prix des dix dernières années dans l'Est du Canada sont très différentes de celles de l'Ouest du pays. Les graphiques IX et X illustrent les variations de prix entre 1976 et 1985. Les tendances des prix dans les quatre principales provinces productrices de l'Est sont très semblables et tendent à suivre l'évolution du prix américain indiquée par les graphiques V, VI et VII. Les prix des provinces de l'Ouest évoluent différemment: ceux du Manitoba ont tendance à augmenter graduellement, alors que ceux de l'Alberta sont moins stables, tout en demeurant beaucoup plus stables que le prix moyen national; les prix de la Colombie-Britannique, en

GRAPHIQUE IX



GRAPHIQUE X



dépit d'une baisse au cours des cinq dernières années, sont plus élevés que le prix national et que le prix moyen de l'Ouest du Canada.

Effet de la segmentation des ventes sur le prix

On peut expliquer les différences relevées entre l'Est et l'Ouest du Canada aux graphiques IX et X en examinant les données relatives à la segmentation des ventes et en se référant aux différences entre les circuits de commercialisation. Au Manitoba, on passe des contrats de pré-plantation pour environ 80 pour cent de la production destinée à la transformation, le reste étant contrôlé dans le cadre d'un système de gestion des approvisionnements. En Colombie-Britannique, les pommes de terre de consommation sont soumises à la gestion des approvisionnements alors que celles de transformation sont vendues sous contrat de pré-plantation. Dans l'Est du Canada, le prix au comptant nord-américain est l'un des principaux facteurs de détermination du prix des pommes de terre sur le marché.

On peut comparer l'effet sur le prix des circuits de distribution et de la segmentation des ventes en se référant au tableau I. Celui-ci établit une comparaison entre le Manitoba et le Nouveau-Brunswick et fait nettement ressortir la stabilité relative du prix au Manitoba. Cependant, les producteurs du Nouveau-Brunswick ne jouissent pas d'une stabilité de prix aussi forte que ceux du Manitoba. Comme le montre le tableau I, le prix reçu et l'importance relative des segments varient considérablement d'une année à l'autre.

Variations provinciales des recettes à l'acre

Les recettes à l'acre sont fonction du prix reçu et du rendement à l'acre. Ces recettes varient d'une province à l'autre et d'une année à l'autre. La plupart des années, c'est le prix qui semble être le facteur déterminant de ces recettes. Le tableau II nous donne un aperçu de la variabilité des recettes à l'acre d'année en année et de province à province. Les rendements à l'acre par provinces et les prix par provinces sont indiqués aux tableaux A-VI et A-VII.)

EFFET DES TENDANCES DE LA PRODUCTION ET DES PRIX SUR LES PRODUCTEURS

Décisions des producteurs en matière de planification

À défaut de vendre leur production sous contrat avant la plantation, les producteurs doivent procéder dans l'ignorance du prix qui leur sera versé et sans savoir si leur production sera vendue au Canada, aux É.-U., outremer, sous forme de tubercules de semence, sur le marché des tubercules de consommation ou encore sur le marché au comptant des tubercules de transformation. Les producteurs qui ne disposent pas d'un contrat de pré-plantation se font imposer le prix du marché dans le contexte mondial et nord-américain. Leurs décisions concernant les quantités à planter sont fondées sur leur interprétation de la situation probable de la production mondiale pour la campagne agricole à venir; sur leur capacité d'assumer les couts de plantation, d'entretien et de récolte; et sur les autres possibilités de production agricole qu'ils perçoivent. Leur production commercialisée pour une campagne agricole sera déterminée par les conditions

TABLEAU I

SEGMENTATION DES VENTES ET PRIX
AU NOUVEAU-BRUNSWICK ET AU MANITOBA

Année	Nouveau Brunswick				Manitoba			
	Prix moyen ($/quintal)	Transf. (%)	Intérieur Cons. & sem. (%)	Exp. (%)	Prix moyen ($/quintal)	Transf. (%)	Intérieur Cons. & sem. (%)	Exp. (%)
1976	3,95	55	30	15	3,13	85	15	-
1977	2,54	67	22	11	3,67	88	12	-
1978	2,92	64	26	10	3,61	88	12	-
1979	2,61	64	22	14	3,61	80	20	-
1980	7,20	55	26	19	5,32	79	21	-
1981	4,58	53	23	24	5,26	76	24	-
1982	4,39	55	26	19	5,76	79	21	-
1983	6,91	55	30	15	6,06	78	22	-
1984	5,36	57	18	23	6,14	76	24	-
1985	3,36	59	18	23	5,71	79	21	-

TABLEAU II

RECETTES À L'ACRE*
PROVINCES CHOISIES
1976 - 1985

	I.-P.-É.	N.-B.	Qué.	Ont.	Man.	Alb.	C.-B.	Rendement moyen national à l'acre
	(en dollars)							(en quintaux)
1976	1055	793	649	815	382	878	836	188
1977	526	495	795	680	546	1020	994	197
1978	738	616	694	836	664	888	1298	193
1979	703	610	678	647	606	940	1027	205
1980	2001	1604	1338	1550	851	1331	2085	196
1981	1159	1126	1060	1240	883	1236	1594	198
1982	1159	1062	1004	910	846	1139	1591	203
1983	1985	1499	1157	1524	872	1368	1641	192
1984	1340	1179	1029	1291	850	1254	1582	201
1985	792	873	869	1078	1084	1092	1324	215

*Les recettes à l'acre sont égales au prix moyen provincial multiplié par le rendement provincial à l'acre.

climatiques et par leurs pratiques culturales. En outre, le prix qu'ils recevront bénéficiera ou souffrira des décisions collectives prises par leurs homologues des É.-U. et d'Europe.

Effet des recettes sur les producteurs de pommes de terre fraîches

Le prix payé pour les pommes de terre fraîches par les consommateurs n'a pas augmenté au même rythme que les coûts encourus par les producteurs pour satisfaire leurs besoins personnels et ceux de leur famille. Le tableau III présente l'Indice des prix à la consommation et les indices de prix de certains produits alimentaires pour la période 1976-1986. L'analyse de ce tableau montre que si le prix de détail des pommes de terre fraîches a augmenté, ce ne fut pas au même rythme que l'indice composite des prix à la consommation (IPC) ou au même rythme que l'indice des prix des pommes de terre de transformation.

À la différence des prix des pommes de terre de transformation, qui ont suivi l'IPC, l'indice des prix des pommes de terre fraîches a évolué de manière très erratique. Les variations annuelles de l'indice des prix des pommes de terre fraîches par rapport à l'IPC sont mises en évidence au tableau III; elles tendent à confirmer le témoignage de nombreux intervenants, selon lesquels l'anarchie règne sur un marché des tubercules de consommation sujet à des variations considérables de prix. De ce fait, les producteurs de tubercules de consommation et de semence ont été soumis à des fluctuations considérables et à des revenus incertains.

TABLEAU III

INDICE DES PRIX À LA CONSOMMATION
INDICE COMPOSITE ET INDICES DE PRODUITS ALIMENTAIRES CHOISIS
(1981 = 100)

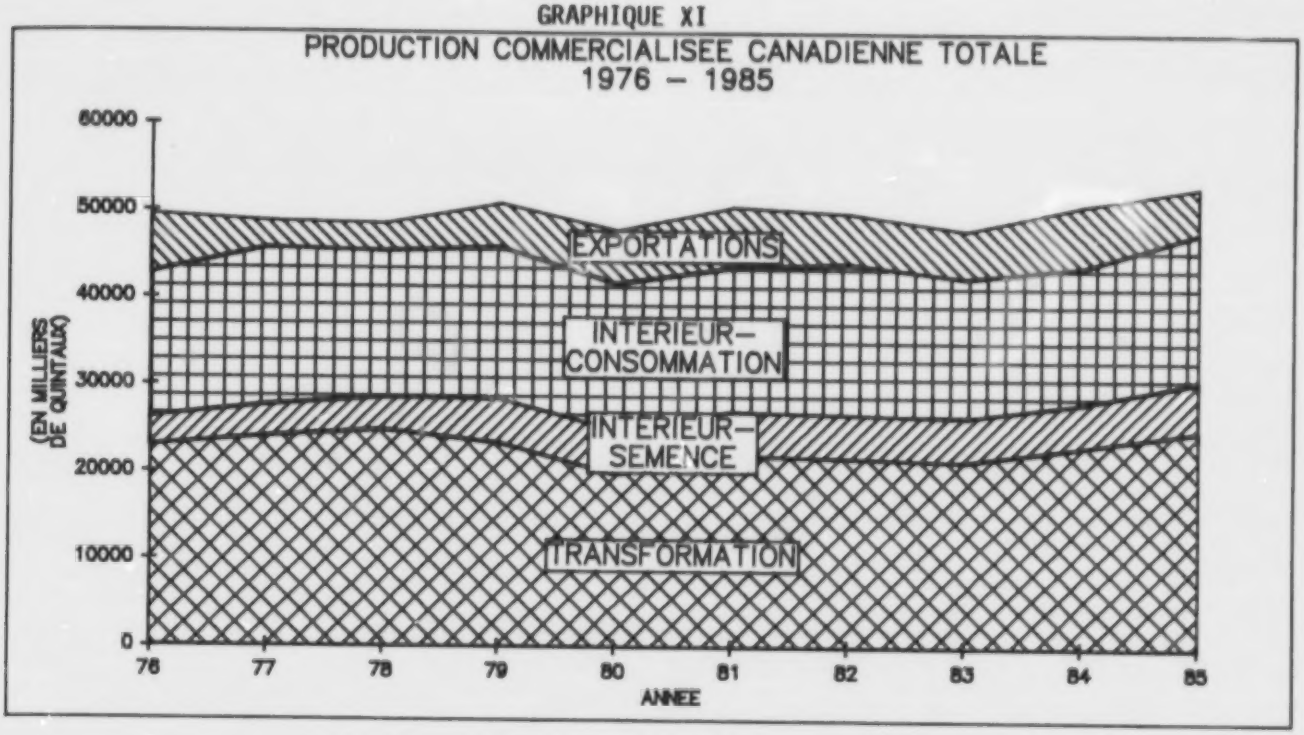
Année	Composite	Aliments achetés au magasin	Frites	Croustilles	Pommes de terre fraîches
1976	62,9	55,4	67,2	57,7	38,6
1977	67,9	60,3	69,3	61,0	39,5
1978	73,9	70,8	71,2	69,0	47,6
1979	80,7	80,4	75,0	74,6	47,9
1980	88,9	89,4	86,1	90,8	65,2
1981	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
1982	110,8	106,4	112,5	114,4	79,8
1983	117,2	109,5	118,6	118,9	89,8
1984	122,3	116,1	119,7	124,1	105,4
1985	127,2	119,1	122,9	127,3	80,6
1986	132,4	125,0	131,1	131,4	89,1

Notes

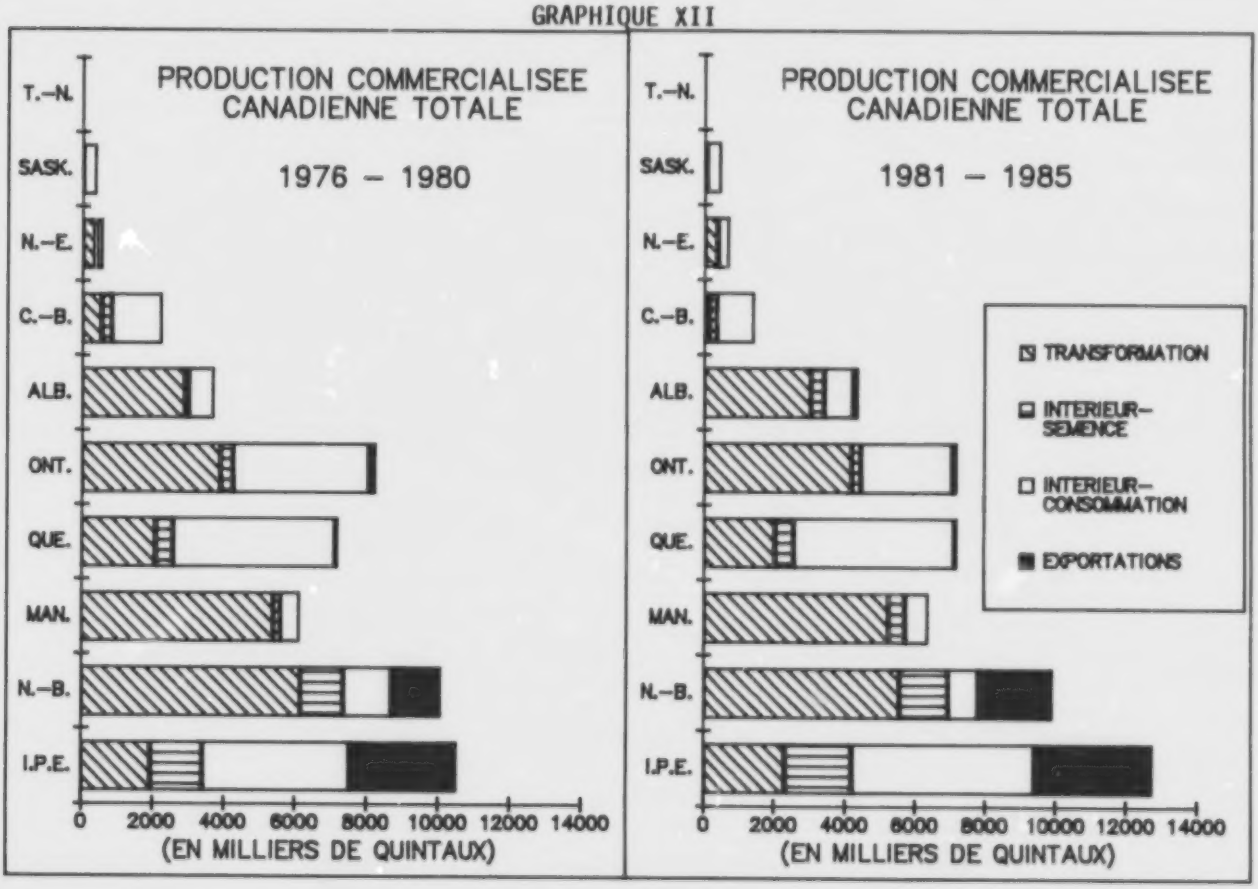
1. Les aliments achetés au magasin comprennent tous les produits alimentaires frais et transformés, canadiens et importés.
2. Frites - Indice fondé sur un sac de polyéthylène de 1 kilo de catégorie A ou des paquets de frites congelées ordinaires de fantaisie.
3. Croustilles - Indice fondé sur un paquet de 200 grammes de croustilles sèches ordinaires.
4. Pommes de terre fraîches - Indice fondé sur un sac de 10 livres, Canada #1 ou #2, pouvant contenir des pommes de terre importées.
5. L'indice est fondé sur l'année civile plutôt que sur la campagne agricole.

Source: Statistique Canada - Cat. no 62-001.

GRAPHIQUE XI



GRAPHIQUE XII



IV. COMMERCIALISATION DE LA POMME DE TERRE

INTRODUCTION

Les producteurs canadiens commercialisent leurs pommes de terre au Canada, aux É.-U. et outremer. Dans chaque province, les producteurs ont tendance à concentrer leurs efforts sur un ou quelques segments déterminés du marché intérieur ou du marché à l'exportation. Cette segmentation des ventes sur le marché des pommes de terre varie non seulement d'une province à l'autre mais aussi entre l'Est et l'Ouest du Canada.

Au cours de la période 1981-1985, les producteurs canadiens ont vendu une production commercialisée* atteignant 50,2 millions de quintaux de pommes de terre, par rapport à 49,5 millions au cours de la période 1976-1980. Environ 33 pour cent de la production commercialisée de la période 1981-1985 a été vendue sur le marché intérieur des tubercules de consommation, 45 pour cent sur celui de la transformation, 10 pour cent sur le marché intérieur des pommes de terre de semence et 12 pour cent sur le marché à l'exportation de tubercules de consommation et de semence. Le graphique XI illustre les ventes sur le marché canadien au cours de cette période de dix années alors que le graphique XII indique la répartition de ces ventes par provinces (se référer au tableau A-VIII en annexe).

MARCHÉS INTÉRIEURS DES POMMES DE TERRE DE CONSOMMATION ET DE SEMENCE

Tendances du marché intérieur des pommes de terre de consommation

Toutes les provinces produisent des pommes de terre de consommation. Au cours de la période 1976-1980, le Canada a commercialisé une moyenne annuelle de 17,1 millions de quintaux de pommes de terre de consommation sur le marché intérieur par rapport à 16,5 millions de quintaux au cours de la période 1981-1985 (voir le tableau IV et, en annexe, le tableau A-V). L'Î.-P.-É, le Québec et l'Ontario sont les principales provinces productrices de tubercules de consommation. Ces provinces ont assuré 74 pour cent de la production commercialisée intérieure de pommes de terre de cette catégorie au cours de la période 1976-1980, et plus de 76 pour cent au cours de la période 1981-1985.

Pommes de terre de consommation dans l'Est du Canada. Comme le graphique XII et le tableau IV l'indiquent, l'Î.-P.-É., le Québec et l'Ontario sont les principaux vendeurs de pommes de terre de consommation dans l'Est du Canada. L'Î.-P.-É a vendu 41 pour cent de sa production commercialisée sur le marché interprovincial des tubercules de consommation au cours de la période 1981-1985. Les ventes sur le marché interprovincial des pommes de terre de consommation par l'Î.-P.-É. ont graduellement augmenté au cours de la décennie; sa production commercialisée est passée de 4,1 millions de quintaux au cours de la période 1976-1980 à environ 5,2 millions de

* Se référer à la note de la page 14 où l'on définit "production commercialisée".

TABLEAU IV

PRODUCTION COMMERCIALISÉE DE POMMES DE TERRE DE CONSOMMATION CANADIENNES PAR PROVINCES 1976 À 1980 ET 1981 À 1985

	1976 à 1980		1981 à 1985	
	Utilisation locale	Ventes inter-provinciales	Utilisation locale	Ventes inter-provinciales
	(en milliers de quintaux)			
Î.-P.-É.	(1)	4 129	(1)	5 214
Nouveau-Brunswick	(2)	1 355	(2)	859
Manitoba	491	62	586	71
Québec	4 471	80	4 426	116
Ontario	3 798	31	2 594	14
Alberta	626	84	744	67
Colombie-Britannique	1 356	56	1 056	19
Nouvelle-Écosse	170	-	316	-
Saskatchewan	354	18	389	17
Terre-Neuve	55	-	55	-
Canada	11 321	5 815	10 166	6 377

(1)(2) Pour l'Île-du-Prince-Édouard et le Nouveau-Brunswick, les données sur l'utilisation locale sont comprises dans les chiffres des ventes de pommes de terre de transformation. L'utilisation locale réfère aux pommes de terre vendues dans la province où elles ont été produites.

quintaux au cours de la période 1981-1985. Ce dernier total a été entièrement commercialisé par l'Î.-P.-É.* dans les provinces de Terre-Neuve, de la Nouvelle-Écosse, du Nouveau-Brunswick, du Québec et de l'Ontario.

Le **Québec** vend environ 62 pour cent de sa production commercialisée sur le marché local de la consommation. Au cours de la période 1976-1985, le Québec a vendu annuellement en moyenne 4,5 millions de quintaux de sa production commercialisée sur le marché local des tubercules de consommation. Ce volume a été suffisant pour approvisionner 65 pour cent du marché provincial de cette catégorie. Durant cette période, les ventes de pommes de terre de consommation du Québec en Ontario sont passées de 75 000 quintaux en 1976 à 62 000 en 1981 et à 200 000 en 1985. Le Québec partage avec l'Î.-P.-É. et le Nouveau-Brunswick son propre marché pour ce produit. Au cours de la période 1981-1985, l'Î.-P.-É. a commercialisé chaque année en moyenne 1,4 million de quintaux de pommes de terre de consommation au Québec,

*L'Î.-P.-É. satisfait à tous les besoins de son marché local; les pommes de terre de consommation à usage local sont incluses dans les ventes des pommes de terre de transformation.

ce qui représente 20 pour cent du marché de cette province pour ce produit. Le Nouveau-Brunswick détenait neuf pour cent de ce marché au début des années 1980, mais sa part a brutalement diminué après 1984.

L'Ontario a vendu environ 36 pour cent de sa production commercialisée sur le marché local de la consommation durant la période 1981 à 1985, par rapport à une proportion de 46 pour cent de 1976 à 1980. De 1981 à 1985, les producteurs de cette province ont vendu une production commercialisée d'environ 2,6 millions de quintaux sur le marché local, ce qui représente quelque 43 pour cent du marché ontarien des tubercules de consommation. Durant cette période, la production commercialisée de tubercules de consommation a subi un fléchissement de 1,2 million de quintaux par rapport à celle de la période 1976-1980. Pendant la période 1981-1985, l'Î.-P-É. a expédié annuellement en moyenne 2,4 millions de quintaux en Ontario (par rapport à une moyenne de 1,9 million durant chacune des cinq années précédentes); le Nouveau-Brunswick, 116 000 quintaux; et le Québec, 116 000. Au cours de la même période, l'Î.-P.-É. a conquis 40 pour cent du marché ontarien, par rapport à 33 pour cent durant les cinq années précédentes.

Le **Nouveau-Brunswick** a vendu annuellement 860 000 quintaux, ou 9 pour cent de sa production commercialisée, sur le marché intérieur de la consommation au cours de la période 1981-1985, par rapport à 1,4 million et 13 pour cent respectivement de 1976 à 1980. De fait, les ventes annuelles de tubercules de consommation du Nouveau-Brunswick sur le marché interprovincial sont tombées d'environ un million de quintaux en 1981 à 500 000 en 1985.* La totalité des tubercules de consommation vendus sur le marché intérieur par les producteurs du Nouveau-Brunswick entre 1981 et 1985 fut écoulée dans les autres provinces de l'Est.

Durant la période 1976-1980, les producteurs de la **Nouvelle-Écosse** ont vendu chaque année en moyenne 170 000 quintaux sur le marché provincial de la consommation, surtout des primeurs. Au cours de la période 1981-1985, les producteurs de la Nouvelle-Écosse ont augmenté leur production commercialisée de tubercules de consommation à une moyenne annuelle de 316 000 quintaux, accaparant environ 35 pour cent du marché local de la consommation. Le déficit de production de la Nouvelle-Écosse est compensé surtout par l'Î.-P.-É. qui, au cours de cette même période, a commercialisé en moyenne quelque 563 000 quintaux de pommes de terre de consommation dans la province, soit 62 pour cent du marché de la Nouvelle-Écosse pour ce produit.

De 1981 à 1985, plus de 90 pour cent de la production commercialisée de **Terre-Neuve**, qui était de 55 000 quintaux, est allée à la consommation locale, satisfaisant à environ 8 pour cent des besoins du marché provincial. Avec des ventes annuelles moyennes de 532 000

*Le Nouveau-Brunswick satisfait presqu'entièrement à tous ses besoins locaux; les pommes de terre destinées à la consommation locale sont incluses, aux fins de statistiques, dans les ventes de pommes de terre de transformation.

quintaux, l'Î.-P.-É. a assuré l'approvisionnement de 76 pour cent du marché terre-neuvien alors que le Nouveau-Brunswick fournissait environ 14 pour cent de ce marché durant la période.

Pommes de terre de consommation dans l'Ouest du Canada. La Colombie-Britannique et l'Alberta sont les deux plus gros vendeurs de pommes de terre de consommation dans l'Ouest du Canada. Les producteurs de la **Colombie-Britannique** commercialisent de 50 à 55 pour cent des pommes de terre de cette catégorie vendues sur son propre marché. Le reste des besoins de la province sont satisfaits grâce au Nord-Ouest des É.-U. et à quelques petites expéditions de l'Alberta. Les producteurs de la Colombie-Britannique ont vendu 1,4 million de quintaux de leur production commercialisée sur le marché de la consommation au cours de la période 1976-1980 et 1,1 million de quintaux au cours de la période 1981-1985, ce qui représentait respectivement 62 et 73 pour cent de ce marché. Environ 1 pour cent de la production commercialisée provinciale est expédié dans les autres provinces de l'Ouest.

Au cours de la période 1981-1985, environ 19 pour cent de la production commercialisée de **l'Alberta** a été vendue sur le marché local et interprovincial des pommes de terre de consommation. Au cours de la période 1976-1980, l'Alberta a vendu une production commercialisée de 728 000 quintaux de pommes de terre de consommation relativement à 814 000 au cours de la période 1981-1985. Ces quantités furent suffisantes pour alimenter environ 72 pour cent du marché local des tubercules de consommation. En outre, l'Alberta a vendu annuellement une production commercialisée d'environ 67 000 quintaux de pommes de terre de consommation dans les trois autres provinces de l'Ouest durant la période 1980-1981.

Le **Manitoba** a vendu environ 10 pour cent de sa production commercialisée totale sur le marché des pommes de terre de consommation. Les exploitants manitobains ont vendu 586 000 quintaux de leur production commercialisée sur ce marché au cours de la période 1981-1985, soit une augmentation de 100 000 quintaux par rapport à la période 1976-1980. Ce volume permet d'alimenter 74 pour cent du marché local des tubercules de consommation. Le Manitoba commercialise également chaque année un total d'environ 60 000 à 70 000 quintaux de pommes de terre de consommation dans les provinces limitrophes de la Saskatchewan et de l'Ontario.

Les producteurs de la **Saskatchewan** vendent plus de 87 pour cent de leur production commercialisée sur le marché des pommes de terre de consommation: 83 pour cent de cette production sont vendus sur le marché local et 4 pour cent dans les autres provinces des Prairies. La production commercialisée totale de la Saskatchewan dans cette catégorie est passée de 349 000 quintaux en 1981 à 514 000 quintaux en 1985. Les producteurs manitobains et albertains commercialisent également des pommes de terre de consommation en Saskatchewan. Au cours de la période 1981-1985, ces deux provinces y ont vendu au total une moyenne de 95 000 quintaux chaque année.

Tendances du marché intérieur des pommes de terre de semence

Mises sur le marché. La commercialisation des pommes de terre de semence sur le marché intérieur a atteint en moyenne 5,2 millions de quintaux, soit 10 pour cent de la production commercialisée totale au cours de la période 1981-1985. Cela représente une augmentation par rapport aux 4,6 millions de quintaux et aux 9,4 pour cent de production commercialisée de la période 1976-1980. Il y a deux types de ventes de pommes de terre de semence sur le marché intérieur: les tubercules destinés à l'usage local et les tubercules vendus sur le marché interprovincial. Au cours de la période 1981-1985, 4,3 millions de quintaux de pommes de terre de semence ont été vendus annuellement en moyenne aux fins d'usage local dans la province d'origine, et 912 000 quintaux ont également été écoulés en moyenne sur le marché interprovincial (tableau V).

Le Nouveau-Brunswick et l'Î.-P.-É. produisent des pommes de terre de semence à la fois pour le marché local et pour le marché interprovincial. Terre-Neuve, la Nouvelle-Écosse, le Québec et l'Ontario complètent leur production de pommes de terre de semence grâce à des achats auprès des producteurs de l'Î.-P.-É. et du Nouveau-Brunswick. L'Alberta produit des pommes de terre de semence aux fins d'usage local. Les ventes sur le marché intérieur des pommes de terre de semence en Alberta sont passées de 251 000 quintaux en 1981 à 551 000 en 1985. La Colombie-Britannique et le Manitoba sont presque autosuffisants, alors que la Saskatchewan achète ses tubercules de semence principalement à l'Alberta et au Manitoba. La plupart des provinces importent aussi des pommes de terre des États-Unis.

Pratiques de production. La majorité des producteurs de pommes de terre de semence cultivent des tubercules conformes à la taille de

TABLEAU V

PRODUCTION COMMERCIALISÉE DE POMMES DE TERRE DE SEMENCE AU CANADA, PAR PROVINCES

	1976-1980		1981-1985	
	Utilisation locale	Ventes interprovinciales	Utilisation locale	Ventes interprovinciales
	(en milliers de quintaux)			
I.-P.-E.	1 080	375	1 429	444
Nouveau-Brunswick	840	359	917	452
Manitoba	507	12	465	10
Québec	473	-	532	-
Ontario	353	-	258	-
Alberta	248	-	362	-
Colombie-Britannique	261	28	201	5
Autres provinces	80	1	99	1
CANADA	3 842	775	4 263	912

certification et aux normes de qualité tant du marché nord-américain que du marché d'outremer. À l'exception des tubercules de semence destinés à la transformation en Ontario, au Manitoba et en Alberta, la production de tubercules de semence ne fait pas l'objet d'un contrat avant la plantation et les marchés ne sont pas garantis. Les producteurs, surtout dans les Maritimes, laissent leurs pommes de terre atteindre une taille suffisante pour qu'elles puissent être vendues sur le marché de la consommation, de la semence ou de la transformation.

Il est fréquent, à l'Î.-P.-É. et au Nouveau-Brunswick, qu'une récolte d'abord destinée à la semence soit commercialisée pour la consommation ou la transformation. Cette pratique est moins répandue dans les provinces qui dépendent d'un marché local ou régional de la semence, ou dans les provinces où les transformateurs achètent la semence à contrat avant la saison. Par exemple, en 1985, l'Î.-P.-É. a produit 11 millions de quintaux de tubercules de semence, mais n'en a commercialisé que 2,7 millions de quintaux à ce titre. En Colombie-Britannique, dans les Prairies et au Québec, par ailleurs, on estime que 80 pour cent de la production de tubercules de semence sont commercialisés à ce titre.

Canaux canadiens de commercialisation des pommes de terre de consommation et de semence

État du marché. Le chaos qui règne dans les marchés des pommes de terre de consommation et de semence fut le problème mentionné le plus fréquemment pendant l'enquête. On a informé le Comité d'enquête que la plupart des producteurs de pommes de terre de consommation et de semence doivent se contenter des prix offerts dans un marché où il y a des milliers de vendeurs et très peu d'acheteurs.

Partout où nous avons tenu des audiences, les producteurs et les autres témoins ont signalé de nombreux facteurs d'inefficacité dans le marché et de nombreuses pratiques commerciales douteuses. La dure concurrence dans le marché de la pomme de terre de consommation en Alberta, les prix coupés pratiqués par les exportateurs de tubercules de semence dans les Maritimes, les subventions au transport du Manitoba vers le Nord de l'Ontario ainsi que la vente par l'Î.-P.-É. de "strippers" (tubercules restant après le tri des éléments de plus grande valeur) en Nouvelle-Écosse et à Terre-Neuve ont été mentionnés comme des exemples de pratiques commerciales prédatoires et injustes.

On dit que l'ordonnancement des livraisons à Toronto et dans les autres grands marchés constitue un facteur important de l'établissement du prix des pommes de terre de consommation dans l'Est du Canada. Selon le Groupe de travail, deux charges de camion de pommes de terre livrées à un grand marché comme Toronto au mauvais moment pourraient entraîner une baisse grave du prix du marché. Il attribue ce genre de livraison soit à un ordonnancement inopportun des livraisons en raison de mauvais renseignements, soit au fait que des vendeurs se débarrassent, sur un marché, de grandes quantités de pommes de terre de qualité inférieure ou à faible prix.

Mesures provinciales de commercialisation. Plusieurs provinces ont reconnu la nécessité de mettre de l'ordre dans la commercialisation des tubercules de consommation et de semence. Durant les audiences, on a informé le Comité du fait que les efforts de commercialisation tentés par certaines provinces avaient remporté plus de succès que ceux de certaines autres provinces. Par exemple:

Le **P.E.I. Potato Marketing Board** existe depuis plus de 30 ans. Il met l'accent sur la production d'un produit de qualité, délivre des permis aux commerçants, gère la ferme provinciale de tubercules de semence élite, contrôle le mouvement des pommes de terre qui quittent l'île et se livre à un programme intensif de promotion. Ce programme vise des marchés précis, tant canadiens que d'exportation. Il tente surtout de sensibiliser le consommateur à la valeur alimentaire de la pomme de terre et à la qualité de celle de l'Î.-P.-É. Le programme a, semble-t-il, réussi à augmenter les ventes à Toronto, aux États-Unis et à l'exportation.

Les producteurs du Québec ont récemment mis sur pied **Pomexpan**, entreprise privée appartenant aux producteurs. Pomexpan fait la promotion des pommes de terre du Québec, coordonne les livraisons sur les marchés et aide les producteurs à prendre des décisions commerciales. Pomexpan n'établit pas le prix, mais tente de maintenir les prix à un niveau acceptable en ordonnançant les livraisons sur les marchés.

L'Ontario Fresh Potato Marketing Board utilise un comité d'établissement des prix constitué de producteurs et de commerçants. Ce comité revoit régulièrement la situation du marché et recommande un prix de vente tenant compte de l'offre et des prix aux É.-U. et dans l'Est du Canada. L'office établit ensuite le prix à verser aux producteurs.

L'Office des maraîchers manitobains pour la commercialisation des légumes a le pouvoir d'établir les quantités à commercialiser, de fixer le prix et de vendre toutes les pommes de terre qui ne font pas l'objet d'un contrat avec les transformateurs avant la plantation. Dans cette province, le prix est établi de façon régulière par un comité de grossistes, de producteurs et d'employés de l'Office. Le prix se fonde sur celui des pommes de terre américaines et canadiennes en concurrence. Une fois fixé, c'est le prix auquel l'Office vend les pommes de terre aux grossistes.

La **British Columbia Vegetable Marketing Commission** a le pouvoir de promouvoir, de contrôler et de réglementer la production, le transport, l'emballage, l'entreposage et la commercialisation des pommes de terre. La Commission peut également exercer son contrôle sur le mouvement et les prix de produits originant dans la province mais vendus à l'extérieur. Le système de la Colombie-Britannique comprend un contingentement; les prix sont établis chaque jour ou chaque semaine d'après le prix à destination des pommes de terre provenant d'autres sources canadiennes ou américaines.

La demande canadienne de pommes de terre de consommation

La demande de pommes de terre de consommation diminue légèrement depuis dix ans. Le total des ventes annuelles de tubercules de consommation au Canada s'établissait en moyenne à 17,1 millions de quintaux pendant la période 1976-1980; elles sont tombées à 16,5 millions de quintaux pendant la période 1981-1985. La consommation de pommes de terre par habitant est à la baisse depuis de nombreuses années. Le graphique XIII indique la consommation annuelle par habitant entre 1976 et 1985.

La consommation de pommes de terre fraîches varie considérablement d'une région à l'autre. Comme l'indique le tableau VI, les achats de pommes de terre fraîches par habitant ont diminué entre 1982 et 1986. Le rythme de décroissance variait de 1,5 pour cent dans la région des Prairies à plus de 16 pour cent au Québec.

LE MARCHÉ CANADIEN DE LA TRANSFORMATION

Tendances du marché

Les tubercules de transformation sont cultivés et commercialisés dans toutes les provinces à l'exception de Terre-Neuve (graphique XII). Entre 1976 et 1980, les producteurs canadiens ont vendu annuellement en moyenne 23,0 millions de quintaux de pommes de terre de transformation, soit 46,5 pour cent du total de la production commercialisée. Selon les chiffres disponibles, la production commercialisée de tubercules de transformation a diminué légèrement durant la période 1981-1985 où 22,6 millions de quintaux de pommes de terre ont été vendus aux transformateurs. Les chiffres varient entre un minimum de 20 millions de quintaux en 1980 et un maximum de 25

TABLEAU VI

ACHATS HEBDOMADAIRES MOYENS DE POMMES DE TERRE FRAÎCHES AUPRÈS DES DÉTAILLANTS, PAR RÉGIONS EN 1982 ET EN 1986

Région	1982		1986		Diminution
	Par famille	Par personne	Par famille	Par personne	
	(en livres)				(%)
Atlantique	5,39	1,70	4,81	1,61	5,2
Québec	4,06	1,48	3,22	1,23	16,8
Ontario	3,05	1,11	2,86	1,08	2,7
Prairies	1,93	,70	1,90	,70	1,5
Colombie-Britannique	2,69	1,03	2,50	,98	4,8

Source: Données tirées de la publication de Statistique Canada "Dépenses alimentaires des familles au Canada: villes choisies", 1982 et 1986 (no de catalogue 62-554).

GRAPHIQUE XIII

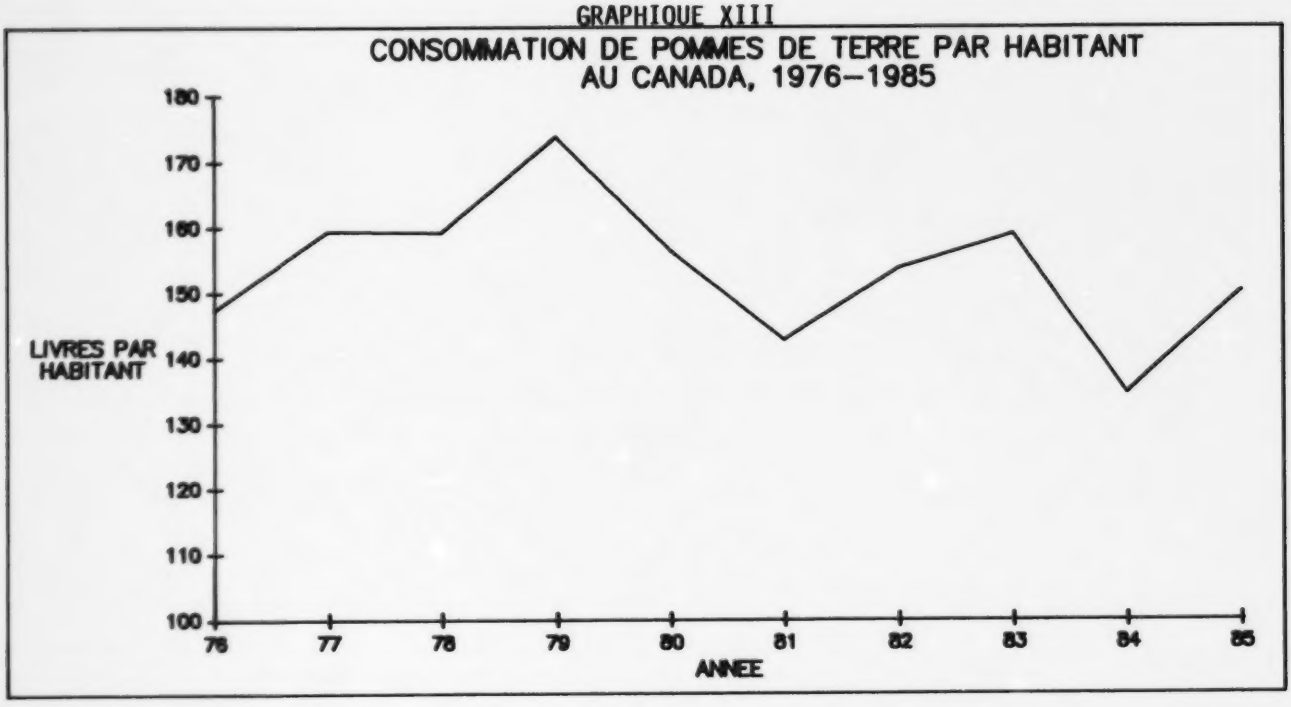


TABLEAU VII

PRODUCTION COMMERCIALISÉE DE POMMES DE TERRE DE TRANSFORMATION
AU CANADA
1976 à 1985

	Ventes de tubercules de transformation (en milliers de quintaux)	Pourcentage de la production commercialisée totale (%)
1976	22 967	46
1977	24 058	49
1978	24 807	51
1979	23 380	46
1980	19 907	41
1981	21 997	43
1982	21 750	44
1983	21 390	44
1984	23 124	45
1985	24 978	47

millions en 1978 et 1985 (tableau VII). Les pommes de terre de transformation ont constitué en moyenne 51 pour cent des pommes de terre vendues au Canada entre 1976 et 1985 et environ 46 pour cent de la production commercialisée (exportations comprises).

Entre 1981 et 1985, environ la moitié des pommes de terre vendues pour la transformation ont été transformées en frites congelées et un peu moins de la moitié ont servi à la production de croustilles. Le reste a servi à la production de frites fraîches, de flocons, de granules, de soupes ou de ragoûts, de farine et de fécule.

Les frites. Les frites congelées sont fabriquées au Nouveau-Brunswick, au Manitoba, à l'Î.-P.-É. et en Alberta.

C'est le **Nouveau-Brunswick** qui commercialise la plus grande quantité de pommes de terre de transformation. Les pommes de terre du Nouveau-Brunswick sont vendues à un transformateur important de frites et à un producteur de croustilles. Entre 1976 et 1985, les producteurs de cette province ont vendu chaque année de 5,0 à 6,8 millions de quintaux de pommes de terre de transformation, soit 55 à 60 pour cent du total de la production commercialisée dans la province. Ceci représente 25 pour cent de la production commercialisée totale de pommes de terre vendues pour la transformation au Canada.

Le **Manitoba** vient au deuxième rang des producteurs de tubercules de transformation. Les producteurs de cette province fournissent deux importants fabricants de frites et un fabricant de croustilles. Entre 1976 et 1985, de 75 à 85 pour cent de la production commercialisée du Manitoba, soit environ 5,0 millions de quintaux par année, ont été vendus pour la transformation. Le Manitoba vend 23 pour cent de la production commercialisée de pommes de terre destinées à la transformation au pays.

Entre 1976 et 1985, **l'Alberta** a vendu une production commercialisée d'environ 3,0 millions de quintaux de pommes de terre de transformation, soit 74 et 70 pour cent de la production commercialisée de la province durant les périodes 1976-1980 et 1981-1985 respectivement. Ces pommes de terre ont été transformée en frites, en croustilles et en d'autres produits, comme les flocons déshydratés. L'Alberta produit 13 pour cent des pommes de terre de transformation commercialisées au Canada.

L'Î.-P.-É. a vendu 18 pour cent de sa production commercialisée pour la transformation soit environ 2,0 millions de quintaux entre 1976 et 1980, et 2,3 millions de quintaux entre 1981 et 1985. Ces pommes de terre ont été transformées en frites principalement, par une grande entreprise. L'Î.-P.-É. a produit 10 pour cent des pommes de terre de transformation commercialisées au Canada au cours de la période 1981-1985.

Pommes de terre destinées aux croustilles et à d'autres usages. Toutes les provinces à l'exception de Terre-Neuve et de la Saskatchewan fabriquent des croustilles. Les pommes de terre de transformation servent également à la production de soupes, de ragoûts, de pommes de terre déshydratées et d'autres produits de pommes de terre dans plusieurs provinces.

Entre 1976 et 1980, les producteurs **ontariens** ont vendu chaque année en moyenne 3,9 millions de quintaux de pommes de terre, soit 47 pour cent de la production commercialisée dans la province, pour la transformation. Pour la période 1981-1985, ces chiffres s'élevaient à 4,2 millions de quintaux et à 58 pour cent. Ces tubercules ont presque tous été vendus à des fabricants de croustilles. L'Ontario vient au troisième rang des provinces canadiennes pour la production de pommes de terre de transformation, avec 18 pour cent des pommes de terre commercialisées pour la transformation.

Entre 1976 et 1985, les producteurs du **Québec** ont vendu environ 28 pour cent de leur production commercialisée , soit 2,0 millions de quintaux, pour la transformation, surtout pour les croustilles. Le Québec produit environ 9 pour cent des pommes de terre canadiennes commercialisées pour la transformation.

La production commercialisée de la **Nouvelle-Écosse** et de la **Colombie-Britannique** a atteint environ 875 000 quintaux de pommes de terre de transformation de 1976 à 1980, mais seulement 500 000 quintaux entre 1981 et 1985. Pour la Nouvelle-Écosse, les ventes annuelles de tubercules de transformation atteignaient environ 350 000 quintaux, soit de 50 à 60 pour cent de la production commercialisée de pommes de terre dans la province entre 1976 et 1985. La totalité de cette production a été transformée en croustilles. La Colombie-Britannique a vendu aux transformateurs 24 pour cent de sa production commercialisée, soit 533 000 quintaux, entre 1976 et 1980 et environ 11 pour cent, soit 158 000 quintaux, entre 1981 et 1985. Entre 1976 et 1980 en Colombie-Britannique, les tubercules de transformation ont été utilisés à la fois pour des frites et des croustilles, tandis qu'entre 1981 et 1985 elles ont été vendues pour la fabrication de croustilles uniquement.

Caractéristiques particulières du segment des pommes de terre de transformation

Les pommes de terre de transformation sont différentes des pommes de terre de consommation; en outre, celles qui servent à faire des croustilles sont différentes de celles qui servent à la fabrication des frites.

Les pommes de terre destinées aux croustilles. La fabrication des croustilles exige une pomme de terre très particulière. On utilise surtout les variétés Superior, Atlantic, Norchip, Monona et Kennebec. À l'exception de la Superior et de la Kennebec, ces variétés ne sont pas considérées appropriées à la consommation à l'état frais. Par contre, le contenu en sucre et la gravité spécifique des variétés communes de consommation comme la Russett Burbank, la Sebago, la Chieftain et la Norland ne répondent pas à la norme de la fabrication de croustilles; et ces variétés sont donc considérées inappropriées à cet usage.

Les pommes de terre destinées aux croustilles doivent être conservées différemment de celles qui sont destinées à la consommation. Les tubercules de consommation sont entreposés entre 38 et 40 degrés F, tandis que les pommes de terre destinées aux croustilles sont

entreposées entre 50 et 52 degrés F, pour que le niveau de sucre reste constant. Autrement, les croustilles noirciraient au moment de la friture.

Pour faire de bonnes croustilles, la pomme de terre devrait avoir une gravité spécifique d'au moins 1,09, plus si possible. Pour la transformation en soupes et en ragoûts, la couleur est très importante. La variété Shepody est préférée pour cet usage à cause de sa structure cellulaire uniforme. Les entreprises qui produisent des pommes de terre pré-pelées préfèrent la Kennebec car elle reste blanche après avoir été épluchée.

Les pommes de terre destinées aux frites. Les producteurs de frites ont également besoin d'une pomme de terre particulière, mais légèrement différente. Ils exigent une pomme de terre de grande taille et donnent une prime aux producteurs pour qu'ils produisent de grosses pommes de terre. Les principales variétés utilisées pour faire des frites sont la Russett Burbank et la Shepody, variétés qui ne sont pas acceptable pour la production de croustilles. Les pommes de terre servant à faire des frites doivent également être entreposées à une température plus élevée que les tubercules de consommation, soit de 46 à 47 degrés F. C'est une température inférieure à celle qu'exigent les pommes de terre destinées aux croustilles. Si la température d'entreposage est plus basse, le contenu en sucre augmente et la frite noircit, ce qui n'est pas acceptable pour le consommateur.

Les rapports entre les producteurs et les transformateurs

Le Groupe de travail et les transformateurs ont convenu au cours des audiences que les transformateurs doivent avoir une relation spéciale avec les producteurs de tubercules de transformation. Pour obtenir des pommes de terre de la bonne variété, de la bonne taille et correctement entreposées, le transformateur doit préférablement, sinon nécessairement, établir une relation d'affaires à long terme avec le producteur. Les transformateurs et le Groupe de travail ont convenu également que les tubercules de transformation sont traités différemment des tubercules de consommation.

La nature du lien entre le producteur et le transformateur diffère selon le produit. Au cours des audiences, on a informé le Comité d'enquête que les pratiques des fabricants de croustilles et de frites varient à la fois d'une industrie à l'autre et d'une région à l'autre.

Les fabricants de croustilles ont souligné que leurs producteurs n'ont pas de surplus de production, car les fabricants absorbent toutes les pommes de terre qui ont fait l'objet de contrats avant la plantation. Les fabricants signalent également que ce sont souvent eux qui fournissent la semence et qu'ils travaillent en étroite collaboration avec l'agriculteur tout au long des saisons de production et d'entreposage. Ils soulignent que les agriculteurs qui produisent des pommes de terre destinées à la fabrication de croustilles jouissent d'une relation stable et à long terme avec les fabricants.

Les producteurs de frites ont eux aussi souligné qu'ils ont une relation particulière avec les agriculteurs qui les approvisionnent.

Ils ont déclaré qu'il est très important pour eux de pouvoir traiter avec des producteurs qui comprennent les exigences de l'industrie en ce qui touche la taille, la variété, l'arrachage et l'entreposage.

Dans le segment des croustilles, les producteurs et les transformateurs se sont déclarés satisfaits de la façon actuelle de gérer l'offre et la demande par des contrats passés avant la plantation. Ce système assure la stabilité des prix. Toutefois, les producteurs de pommes de terre destinées à la fabrication de frites ont exprimé des réserves quant aux pratiques contractuelles suivies par certaines entreprise. Pour certains producteurs, la pratique qui consiste à passer des contrats pour moins de 100 pour cent des besoins et à retarder la signature des contrats après la plantation du printemps contribue à l'incertitude et à l'instabilité du marché.

Canaux de commercialisation. La plupart des tubercules de transformation sont vendus dans le cadre d'un contrat de pré-plantation. Les contrats de pré-plantation sont négociés différemment dans chaque province. Le fabricant de frites du Nouveau-Brunswick établit des contrats avant plantation pour 60 à 70 pour cent de ses besoins tandis que le producteur de croustilles passe des contrats portant sur 80 à 90 pour cent de ses besoins annuels. Le fabricant de frites de l'Î.-P.-É. passe des contrats pour plus de 70 pour cent tandis que les fabricants de frites ou de croustilles de la Nouvelle-Écosse, du Québec, de l'Ontario, du Manitoba, de l'Alberta et de la Colombie-Britannique établissent des contrats pour près de 100 pour cent de leurs besoins. Les transformateurs du Manitoba doivent acheter les pommes de terre qu'ils n'obtiennent pas sous contrat soit aux É.-U., soit par l'entremise de l'Office des maraîchers manitobains pour la commercialisation des légumes. Les pommes de terre qui ne sont pas achetées à contrat au Nouveau-Brunswick, à l'Î.-P.-É et en Alberta sont achetées sur le marché au comptant des tubercules de consommation et de semence à divers moments au cours de la saison.

Les fabricants de frites des Maritimes ont déclaré qu'ils devaient acheter une partie de leur approvisionnement sur le marché au comptant parce qu'ils sont en concurrence dans le marché mondial. Selon eux, ce système leur permet d'établir pour leurs produits transformés un prix qui peut concurrencer le prix des produits américains. Ils signalent que leurs concurrents américains ont également tendance à établir des contrats pour une partie de leurs besoins et à acheter le reste sur le marché au comptant. Les fabricants de frites et de croustilles du Nouveau-Brunswick négocient avec **l'Office de la pomme de terre du Nouveau-Brunswick** tandis que le fabricant de frites de l'Î.-P.-É. négocie avec le comité des producteurs de tubercules de transformation du **P.E.I. Potato Marketing Board.**

Les fabricants de frites et de croustilles du Manitoba négocient les contrats avant plantation avec la **Keystone Vegetable Producers Association** qui agit comme mandataire de l'Office des maraîchers manitobains pour la commercialisation des légumes. Cet office a le pouvoir de contrôler, de réglementer et de promouvoir la commercialisation de toutes les pommes de terre de la province à l'exception de celles qui sont utilisées pour la transformation dans le cadre d'un

contrat écrit signé avant la plantation. Ce système assure que la quasi-totalité des pommes de terre de transformation font l'objet d'un contrat avant plantation.

Les fabricants de frites et de croustilles de l'Alberta établissent des contrats pour près de 100 pour cent de leurs besoins. Les contrats sont négociés par des comités de producteurs de pommes de terre de transformation reconnus par **l'Alberta Potato Commission.** Les comités de producteurs négocient le prix et les autres modalités du contrat avec les transformateurs.

Par suite d'une entente entre la **Fédération des producteurs de pommes de terre du Québec** et les fabricants de croustilles, entente sanctionnée par la Régie des marchés agricoles du Québec, les pommes de terre de transformation sont exclues de deux stipulations du plan conjoint des producteurs de pommes de terre du Québec, soit le contrôle des approvisionnements et la vente conjointe; cependant, elles ne sont pas exemptées de tout prélèvement imposé par l'office des producteurs (la Fédération). L'exclusion mentionnée permet aux fabricants de traiter directement avec les producteurs. Au Québec, les négociations se font entre les producteurs et les fabricants individuels de croustilles; toutefois, les producteurs établissent leur position de négociation avant le début des négociations.

Dans le système ontarien, les négociations annuelles préalables à la plantation sont divisées en diverses catégories, notamment les croustilles, les soupes et ragoûts, les pommes de terre pré-pelées etc. **L'Ontario Processing Potato Marketing Board** établit un comité de négociation pour chaque catégorie afin de négocier les conditions d'achat avec le tranformateur en cause. Si les négociations n'ont pas abouti avant l'échéance du mois de mars, les producteurs et les transformateurs présentent leur offre finale à un arbitre nommé par le gouvernement qui choisit l'une ou l'autre offre. L'offre finale établit le prix et les modalités pour toutes les parties contractantes. Les producteurs et les transformateurs individuels signent ensuite un contrat qui doit respecter les modalités de l'offre finale.

Les fabricants de croustilles de la Nouvelle-Écosse négocient les contrats avant plantation avec leurs fournisseurs par l'entremise du **Nova Scotia Potato Marketing Board.** De même, le fabricant de croustilles de la Colombie-Britannique doit négocier les contrats avant plantation par l'entremise de la **B.C. Vegetable Marketing Commission.** Il établit des contrats pour 100 pour cent de ses besoins.

LE MARCHÉ D'EXPORTATION

Tendances des exportations

Exportations de pommes de terre de consommation. Au cours des 10 dernières années, les exportations annuelles moyennes de la production commercialisée de pommes de terre de consommation sont passées de 2,1 millions de quintaux durant la période 1976-1980 à 3,4 millions de quintaux durant la période 1981-1985. Comme l'indique le tableau VIII, les exportations annuelles totales de tubercules de consommation

TABLEAU VIII

EXPORTATIONS DE POMMES DE TERRE DE CONSOMMATION
1976-1985

CANADA ET CERTAINES PROVINCES

	Î.-P.-É	N.-B.	Autres provinces	Total pour le Canada
		(en milliers de quintaux)		
1976	3 478	446	177	4 101
1977	523	132	154	809
1978	635	261	40	936
1979	1 548	332	407	2 287
1980	1 269	685	521	2 475
1981	1 929	1 451	265	3 637
1982	2 212	949	296	3 457
1983	2 058	735	55	2 848
1984	2 154	1 479	442	4 075
1985	1 239	1 732	48	3 019

sont très volatiles. Durant la période 1981-1985, ces exportations sont passées par un creux de 2,8 millions de quintaux en 1983 et par un sommet de 4,0 millions de quintaux en 1984; elles ont représenté 17 pour cent de la production commercialisée canadienne de tubercules de consommation au cours de cette période, par rapport à 11 pour cent durant la période 1976-1980.

Entre 1981 et 1985, comme l'indique le tableau VIII, l'Île-du-Prince-Édouard a exporté environ 1,9 million de quintaux de sa production commercialisée de tubercules de consommation alors que le Nouveau-Brunswick en exportait 1,3 million de quintaux, soit une augmentation de 29 pour cent pour l'Î.-P.-É. et de 242 pour cent pour le Nouveau-Brunswick, par rapport à la période 1976-1980. L'augmentation des exportations du Nouveau-Brunswick compense la diminution des ventes interprovinciales de tubercules de consommation entre 1981 et 1985. Par exemple, en 1978, le Nouveau-Brunswick a vendu 1,9 million de quintaux de pommes de terre de consommation, dont 1,6 million sur le marché interprovincial et 300 000 sur le marché d'exportation. En 1982, cette province a vendu 1,9 million de quintaux, également répartis entre les ventes interprovinciales et les exportations, tandis qu'en 1984 elle vendait 1,8 million de quintaux de tubercules de consommation, dont 1,5 million de quintaux à l'exportation et 300 000 sur le marché interprovincial.

La Nouvelle-Écosse, le Québec, l'Ontario, l'Alberta et la Colombie-Britannique exportent aussi des pommes de terre de consommation, quoique le volume des exportations ne soit important qu'au Québec et en Ontario. Au cours de la période 1981-1985, les exportations

québécoises ont atteint un sommet de 263 000 quintaux et un minimum de 760 quintaux. Pour la même période, les exportations ontariennes s'établissaient entre 204 000 quintaux et 22 000 quintaux.

Segmentation des ventes sur le marché d'exportation des pommes de terre de consommation. Les États-Unis constituent le principal marché d'exportation pour les pommes de terre canadiennes de consommation. Entre 1981 et 1985, les exportations annuelles aux É.-U. s'établirent en moyenne à 2,8 millions de quintaux. Le minimum était de 1,9 million de quintaux en 1983 et le maximum de 3,7 millions en 1984.

Les Antilles sont également un débouché important pour les pommes de terre de consommation du Canada, tout comme Porto Rico. Durant la période 1981-1985, le Canada a vendu annuellement en moyenne 437 000 quintaux à Trinidad. Le marché de la Barbade est passé de 90 000 quintaux en 1981 à 153 000 en 1984 et à 179 000 en 1985. Le marché de Porto Rico a fluctué entre un minimum de 51 000 quintaux en 1983 et des maximums de 125 000 en 1982 et de 99 000 quintaux en 1985.

Les pommes de terre de consommation sont également exportées à 18 autres pays. Les quantités varient considérablement d'une année à l'autre. Par exemple, l'Algérie a acheté plus de 400 000 quintaux, en totalité de l'Î.-P.-É., en 1979, 1982 et 1983, mais n'a pas acheté de pommes de terre les autres années.

Le marché d'outremer est desservi presque exclusivement par l'Î.-P.-É. et, dans une mesure moindre, par le Nouveau-Brunswick. Les deux provinces exportent souvent aux mêmes pays, bien que l'Î.-P.-É. exporte à un plus grand nombre de pays que le Nouveau-Brunswick. Souvent, les deux provinces sont en concurrence et vendent dans le même marché; par exemple, en 1985, le Nouveau-Brunswick a expédié 83 pour cent des pommes de terre exportées à Porto Rico et l'Î.-P.-É. 17 pour cent; les chiffres étaient inversés en 1982 alors que l'Î.-P.-É. détenait 65 pour cent de ce marché et le Nouveau-Brunswick, 35 pour cent. De même le Nouveau-Brunswick a graduellement augmenté sa part du marché de la Barbade, tandis que diminuait celle de l'Î.-P.-É.

Exportations de pommes de terre de semence. Les exportations canadiennes de pommes de terre de semence ont varié entre un maximum de 3,4 millions de quintaux en 1980 et un minimum de 2,0 millions en 1985 et en 1978. Généralement, les exportations canadiennes sont de l'ordre de 2,2 à 2,7 millions de quintaux, soit de 30 à 40 pour cent du total des tubercules de semence commercialisés. Les principales provinces exportatrices sont l'Î.-P.-É., le Nouveau-Brunswick et l'Alberta (se référer au tableau IX). La Colombie-Britannique exporte aussi des tubercules de semence chaque année, tandis que le Manitoba, l'Ontario, le Québec et la Nouvelle-Écosse en exportent certaines années.

Au cours de la période 1981-1985, l'Î.-P.-É. a exporté environ 1,4 million de quintaux de sa production commercialisée chaque année, ce qui est légèrement inférieur à la moyenne de 1,5 million des cinq années précédentes. Au cours de la même période, le Nouveau-Brunswick a exporté en moyenne 860 000 quintaux de tubercules de semence chaque

TABLEAU IX

EXPORTATIONS DE POMMES DE TERRE DE SEMENCE
1976-1985
CANADA ET CERTAINES PROVINCES

	I.-P.-E.	N.-B.	Alberta	Autres provinces	Total pour le Canada
			(en milliers de quintaux)		
1976	1367	1089	-	84	2540
1977	1191	943	4	80	2218
1978	1229	785	14	46	2074
1979	1551	1110	10	32	2703
1980	2167	1128	74	49	3418
1981	1709	1128	61	49	2947
1982	1288	798	93	17	2196
1983	1642	694	144	19	2499
1984	1528	966	211	18	2723
1985	1016	717	227	109	2069

année, soit une diminution par rapport à environ 1,0 million de quintaux que cette province a exporté annuellement au cours des cinq années précédentes.

Les exportations albertaines de tubercules de semence ont augmenté régulièrement; elles étaient de 4 000 quintaux en 1977, de 61 000 en 1981 et de 227 000 en 1985. À l'exception de 1985, les exportations de la Colombie-Britannique sont de l'ordre de 20 000 quintaux la plupart des années. En 1985, la province a exporté plus de 100 000 quintaux de pommes de terre de semence.

Segmentation des ventes sur le marché d'exportation des pommes de terre de semence. Le Canada exporte des tubercules de semence aux É-U. et à environ 24 autres pays. Les États-Unis constituent le principal débouché car ils achètent de 35 à 40 pour cent des exportations canadiennes de pommes de terre de semence. Le pourcentage effectivement commercialisé aux É.-U. varie d'année en année, le maximum et le minimum des cinq dernières années s'établissant à 41 pour cent en 1981 et à 23 pour cent en 1983. Les volumes étaient de l'ordre de 600 000 à 900 000 quintaux.

Cuba et le Venezuela achètent régulièrement des quantités importantes de tubercules de semence du Canada. Depuis 1981, les achats de Cuba s'établissent entre 265 000 quintaux en 1982 et 365 000 en 1985. Au cours de la même période, les achats du Venezuela ont dépassé 400 000 quintaux presque chaque année.

Le Portugal, l'Espagne, l'Italie et l'Uruguay sont également des acheteurs importants de pommes de terre canadiennes de semence, tout comme l'Algérie. Les achats de ces pays fluctuent d'une année à l'autre. Par exemple, l'Algérie a acheté 270 000 quintaux de pommes

de terre de semence du Canada en 1984, mais n'en a pas acheté en 1985.

Comme dans le cas des pommes de terre de consommation, le marché d'outremer est desservi par l'Î.-P.-É. et le Nouveau-Brunswick, l'Î.-P.-É. ayant la plus grande part du marché. Cette province a également la part la plus importante de débouchés comme le Venezuela et le Portugal, tandis que le Nouveau-Brusnwick est le principal acteur à Cuba et aux É.-U. Les deux provinces se font concurrence dans plusieurs pays, notamment l'Espagne, l'Algérie et les Antilles.

Exportations de pommes de terre de transformation. On ne dispose pas de données sur l'exportation de pommes de terre de transformation, sauf pour le Manitoba. On a informé le Comité d'enquête, au cours des audiences, qu'une certaine quantité de pommes de terre est exportée par certaines provinces à des transformateurs des É.-U., mais les chiffres réels n'étaient pas disponibles. Durant la période 1976-1985, les exportations manitobaines sont passées d'un creux de 148 000 quintaux en 1979 à un sommet de 464 000 quintaux en 1981; au cours des dix années, la moyenne annuelle de ces exportations s'est établie à 300 000 quintaux.

Exportations de produits transformés de la pomme de terre. Les renseignements présentés aux audiences par les fabricants de frites montrent que 35 pour cent des pommes de terre transformées à l'Î.-P.-É. et environ le tiers des pommes de terre transformées au Nouveau-Brunswick sont exportées. Il y a deux usines de frites au Manitoba, dont une exporte environ 20 pour cent de sa production, tandis que l'autre ne fait pas d'exportation à l'heure actuelle. Le fabricant de frites de l'Alberta a déclaré au Comité d'enquête que ses exportations sont relativement peu importantes.

Le Canada exporte également des pommes de terre en conserve et déshydratées. Les quantités exportées de ces produits sont petites.

Le Canada vend des pommes de terre transformées dans 28 pays du monde. Il s'agit surtout de pommes de terre congelées. Les É.-U., le Japon et le Royaume-Uni sont la destination primaire de la plupart des exportations canadiennes (tableau X).

Au cours des années 1981 à 1985, les exportations de produits transformés de la pomme de terre vers les É.-U. sont passées de 13 millions de livres en 1981 à 60 millions de livres en 1985. Le marché américain a acheté environ 30 pour cent des exportations canadiennes en 1981 et près de 60 pour cent en 1985. Au cours de la même période, le Japon a acheté de 15 à 20 pour cent du total des exportations, tandis que le marché du Royaume-Uni passait de 34 pour cent des exportations en 1982 à 15 en 1983, 5 en 1984 et moins de 1 pour cent en 1985.

Les Antilles sont également un bon débouché pour les produits canadiens, particulièrement Trinidad et Porto Rico, qui ont acheté au total 16 pour cent des exportations canadiennes en 1985 et 12 pour cent en 1983 et en 1984. Les pommes de terre congelées sont également exportées sur le continent européen, au Moyen-Orient et en Extrême-Orient.

TABLEAU X

EXPORTATIONS DE POMMES DE TERRE TRANSFORMÉES CONGELÉES À CERTAINS PAYS
1979-1985*

	É.-U.	Japon	R.-U.	Autres	Total pour le Canada
			(en milliers de quintaux)		
1979	17	12	7,0	19,3	55,3
1980	11	9	3,0	26,5	49,5
1981	13	9	0,4	18,9	41,3
1982	20	10	23,0	15,1	68,1
1983	22	12	9,0	16,6	59,6
1984	44	13	5,0	27,6	89,6
1985	60	15	0,4	26,4	101,8

*Les données du "Profil du secteur canadien de la pomme de terre" ne portent que sur les années 1979 à 1985.

La nature du marché d'exportation

Les transformateurs et les expéditeurs de pommes de terre et de produits de pommes de terre ont déclaré que le marché canadien de la pomme de terre est déterminé en fonction des exportations, que le prix est actuellement établi par les marchés américains et mondiaux et que le Canada n'est qu'un intervenant de petite taille sur la scène mondiale. Toutefois, le ministre de l'Agriculture de l'Î.-P.-É. a déclaré à l'audience à Ottawa que le prix n'est pas le seul facteur qui influence le marché d'exportation:

> "...même si la compétitivité des prix est un facteur, je vous assure que le succès de l'Île-du-Prince-Édouard sur le marché d'exportation des pommes de terre de semence et le fait que cette province exporte, je crois, dans plus de 27 pays différents ne dépendent pas seulement de ses bas prix. Si nous avons pu pénétrer le marché de 27 pays, c'est que nous avons travaillé à mettre au point des techniques supérieures qui permettent de produire des tubercules exempts de maladie. Ce facteur est aussi important que n'importe quel autre." (Traduction du compte rendu des audiences, p. 3708 du texte anglais).

Le segment de la transformation a insisté sur le fait que bien que la qualité soit très importante, les transformateurs vendent sur le marché mondial et que le prix est le facteur critique. Selon les transformateurs, le marché mondial se développe et il y a des possibilités importantes de vendre un plus grand nombre de pommes de terre et de produits transformés de la pomme de terre.

Les producteurs des Maritimes ont déclaré à l'audience que les marchés d'exportation pour les tubercules de consommation et de semence sont très concurrentiels. Selon les renseignements qu'ils ont donnés, le

prix du marché d'exportation est effectivement déterminé par le marché mondial, le Canada approvisionne ces marchés sans plan d'ensemble et l'avenir des exportations canadiennes repose présentement sur l'esprit d'initiative d'un ou deux exportateurs entreprenants.

IMPORTATIONS DE POMMES DE TERRE

Tendances

Le Canada importe environ 3,0 millions de quintaux de pommes de terre de consommation et, en moyenne, 250 000 quintaux de pommes de terre de semence chaque année des É.-U. La quantité varie d'une année à l'autre.

Importations de pommes de terre de consommation. Toutes les provinces importent des pommes de terre de consommation. La Colombie-Britannique, l'Ontario et le Québec sont les principaux importateurs. La Colombie-Britannique s'approvisionne aux É.-U. pour plus de 50 pour cent de ses besoins en pommes de terre de consommation. Cette province importe entre 900 000 et 1,2 million de quintaux de pommes de terre de consommation chaque année, ce qui représente environ 35 pour cent du total des importations canadiennes de cette catégorie. Les importations ontariennes varient d'une année à l'autre; par exemple, en 1982-1983, cette province a importé 650 000 quintaux, tandis qu'en 1983-1984, les importations provenant des É.-U. dépassaient 1 million de quintaux. Les importations ontariennes constituent environ 30 pour cent du total national. Le Québec importe environ 500 000 quintaux chaque année, soit environ 12 à 15 pour cent des importations nationales de pommes de terre de consommation. L'Alberta vient ensuite, avec de 200 000 à 250 000 quintaux par année.

Les pommes de terre de consommation sont importées des É.-U. chaque mois de l'année. Comme le montre le tableau XI, les importations sont surtout importantes entre mars et août. Le volume des importations augmente de façon spectaculaire en mai, juin et juillet puis tombe abruptement en septembre, à l'arrivée de la nouvelle récolte canadienne.

Importations de tubercules de semence. La plupart des provinces importent des pommes de terre de semence des É.-U. Le volume varie considérablement d'une province à l'autre et d'une année à l'autre. Au cours des cinq dernières années, c'est le Manitoba qui a importé le plus de pommes de terre de semence, soit de 50 à 80 pour cent des importations au pays, selon l'année. L'Ontario vient ensuite, représentant environ 20 pour cent des importations canadiennes de semence presque chaque année. Les importations de toutes les autres provinces sont très faibles, soit la plupart du temps environ 10 pour cent du total national des importations.

Prix des pommes de terre importées. Le prix des pommes de terre importées est d'ordinaire plus élevé que le prix canadien moyen. À l'exception des importations en Colombie-Britannique, les pommes de terres américaines de la nouvelle récolte entrant au Canada en mai, juin, juillet et août constituent le gros des importations canadiennes. Ces pommes de terre se vendent sur le marché canadien à

TABLEAU XI

IMPORTATIONS MENSUELLES DE POMMES DE TERRE DE CONSOMMATION PROVENANT DES É.-U. 1981 à 1985*

	1981	1982	1983	1984	1985
	(en milliers de quintaux)				
Juillet	1209	650	805	1054	782
Août	282	226	276	251	243
Septembre-fév.	547	494	527	525	646
Mars	144	105	102	143	106
Avril	210	117	119	187	228
Mai	379	211	415	367	372
Juin	581	495	757	683	598
Total	3352	2298	3001	3210	2975

*Campagne agricole allant du 1er juillet au 30 juin.

un prix habituellement élevé, beaucoup plus élevé que celui des pommes de terre canadiennes de l'année précédente qui ont été entreposées.

Les chiffres sur les prix des pommes de terre américaines entrant au Canada ne sont pas disponibles.

La balance commerciale canado-américaine

Pommes de terre de consommation et de semence. Le graphique XIV représente les exportations et les importations de pommes de terre de consommation et de semence à destination et en provenance des É.-U. Le tableau XII montre la balance commerciale canado-américaine pour les pommes de terre de consommation et de semence.

Commerce des produits transformés. Le Canada se trouve dans une situation très favorable pour ce qui est du commerce des produits congelés de la pomme de terre. Entre 1979 et 1985, les exportations canadiennes de produits de pommes de terre congelées ont augmenté de 17 millions de livres à 60 millions de livres. Pour la même période, les importations de ces mêmes produits provenant des É.-U. demeuraient de l'ordre de 3 millions de livres, à l'exception de 1985 où elles ont doublé pour atteindre 6 millions de livres.

Les autres produits de la pomme de terre importés des É.-U., y compris la purée instantanée, les pommes de terre séchées, la fécule de pommes de terre et les pommes de terre en conserve, s'établissaient en moyenne à 4,0 millions de livres par année entre 1981 et 1985. Au cours de la même période, le Canada exportait de 500 000 à 600 000 livres de pommes de terre en conserve vers les É.-U. Aucune donnée n'est disponible quant aux exportations d'autres produits transformés.

Le tableau XIII expose la balance commerciale nette canado-américaine pour ce qui est des produits congelés de la pomme de terre.

TABLEAU XII
COMMERCE CANADO-AMÉRICAIN DE POMMES DE TERRE DE CONSOMMATION ET DE SEMENCE
1976-1985

	1976	1977	1978	1979	1980	1981	1982	1983	1984	1985	MOYENNE
						(en milliers de quintaux)					
Consommation (fraîches)											
Exportations	612	732	682	1 049	2 268	3 330	2 611	2 119	3 786	2 426	1 962
Importations	5 056	3 652	3 322	3 047	2 735	3 354	2 298	3 000	3 208	2 975	3 265
Commerce net	-4 444	-2 920	-2 640	-1 998	-467	-24	313	-881	578	-549	-1 303
Semence											
Exportations	233	584	501	583	1 585	1 323	682	618	944	696	775
Importations	453	454	325	177	127	149	165	185	229	235	250
Commerce net	-220	130	176	406	1 458	1 174	517	433	715	461	525
Total - pommes de terre fraîches											
Exportations	845	1 316	1 183	1 632	3 854	4 653	3 293	2 738	4 731	3 122	2 737
Importations	5 509	4 106	3 647	3 224	2 863	3 503	2 463	3 186	3 438	3 210	3 515
Commerce net	-4 664	-2 790	-2 464	-1 592	991	1 150	830	-448	1 293	-88	-778

Source: Statistique Canada - Bandes magnétiques sur le commerce; et Agriculture Canada
Importations et exportations de pommes de terre de consommation: no 9182
Importations et exportations de pommes de terre de semence: no 9180

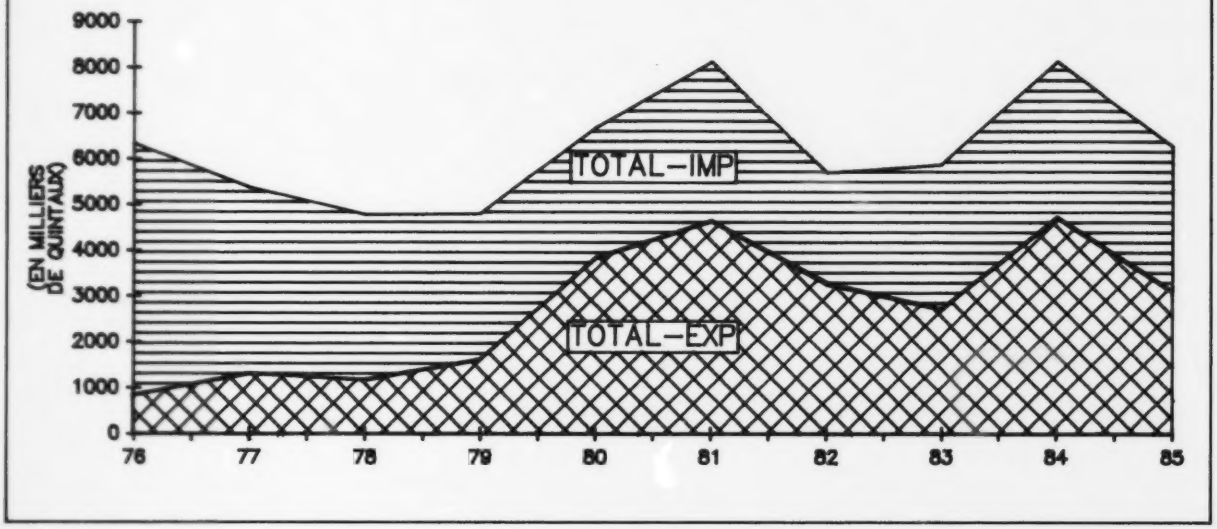
TABLE XIII

COMMERCE CANADO-AMÉRICAIN
PRODUIT CONGELÉS DE LA POMME DE TERRE
1979-85

	1979	1980	1981	1982	1983	1984	1985
				(en milliers de livres)			
Exportations	17 084	11 075	13 133	20 066	22 547	44 039	59 939
Importations	2 958	3 301	3 240	2 777	3 232	2 811	6 280
COMMERCE NET	14 126	7 774	9 893	17 289	19 315	41 228	53 659

GRAPHIQUE XIV

IMPORTATIONS ET EXPORTATIONS CANADIENNES
DE POMMES DE TERRE DE CONSOMMATION ET DE SEMENCE
EN PROVENANCE OU A DESTINATION DES E.–U.
1976 – 1985



V. SYNTHÈSE

POUVOIRS À CONFÉRER À UN OFFICE NATIONAL

Ce qui suit constitue l'interprétation, faite par le Comité, de la preuve présentée aux audiences en ce qui a trait aux pouvoirs qui pourraient être conférés à un office national. Le Comité s'est servi du projet du Groupe de travail comme référence pratique pour examiner la preuve, expliquer les diverses positions et dégager l'évolution du concept au cours des audiences.

Le Groupe de travail, dans son "Projet d'établissement d'un programme pour la commercialisation des pommes de terre au Canada", a fixé l'objectif suivant:

"(1) L'objectif du projet d'établissement d'un programme de commercialisation est d'assurer le maintien de la rentabilité du secteur de la pomme de terre au Canada. L'administration organisée des pouvoirs réglementaires, tels que stipulés dans la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme et les lois provinciales connexes, rendra possible la réalisation de cet objectif. Le dit programme peut favoriser un milieu de production et de commercialisation stable, pousser à l'efficacité et la concurrence du secteur et pourvoir des revenus justes aux producteurs tout en assurant des prix raisonnables aux consommateurs."

Le Groupe de travail a présenté son point de vue à l'audience tenue à Charlottetown le 28 avril 1987, et ensuite aux audiences qui ont eu lieu d'un bout à l'autre du pays. Ce point de vue a été longuement débattu et a fait l'objet de nombreuses suggestions visant à le modifier. À mesure que se déroulaient les audiences, le Groupe de travail a pu détailler et expliquer ses idées et ses concepts, tout comme sa position sur plusieurs aspects du projet.

À la fin des audiences tenues à Ottawa, le 15 juillet 1987, le Groupe de travail a présenté un document visant à:

> "...aborder les questions soulevées par les intervenants et... éclaircir certaines des réponses jugées imprécises par les transformateurs au cours des audiences publiques". (Traduction du compte rendu des audiences, pages 3188-3199)

Ce document expose cinq éléments essentiels à inclure dans le plan de commercialisation d'un office national, à savoir la gestion des approvisionnements, la répartition des contingents de commercialisation, l'établissement des prix, l'écoulement des excédents et le contrôle des importations.

En plus de ces éléments de base proposés par le Groupe de travail au cours des audiences, d'autres solutions de rechange au projet exposé par le Groupe ont été mises de l'avant par des intervenants, soit (a) la stabilisation tripartite du marché national, (b) la création d'un

office national pour s'occuper des questions touchant l'amélioration de la production et des pratiques de commercialisation, l'information sur les marchés, la promotion des ventes, ainsi que la consultation et la coordination du secteur, (c) l'établissement d'un mécanisme de consultation dans le secteur et (d) une commission nationale de la pomme de terre.

Le Comité a regroupé les témoignages recueillis lors des enquêtes en fonction des cinq éléments fondamentaux exposés par le Groupe de travail et en fonction des solutions de rechange proposées par les intervenants. Les sections ci-dessous présentent une synthèse des témoignages recueillis.

GESTION DES APPROVISIONNEMENTS

Le projet du Groupe de travail

Le Groupe de travail a expliqué que la gestion des approvisionnements dans le contexte d'un office national, aurait pour object de niveler les crêtes de l'offre et les creux des prix qui confrontent le producteur. À son avis, un office national serait en mesure de mettre sur pied une stratégie de commercialisation fondée sur la gestion des approvisionnements et capable de protéger les producteurs contre l'instabilité des prix causée par les fluctuations des approvisionnements. L'office national appliquerait cette stratégie de commercialisation par l'entremise de chacun des offices provinciaux, assurant ainsi l'harmonisation de la commercialisation des pommes de terre à l'échelle nationale.

Le Groupe de travail a allégué que la gestion des approvisionnements permettrait aux producteurs d'accorder l'offre à la demande prévue du marché et de coordonner la livraison des pommes de terre sur le marché. Il a signalé que deux facteurs importants étaient essentiellement responsables de l'instabilité du marché de la consommation, à savoir (a) l'offre présumée dans le circuit de commercialisation, y compris les stocks des producteurs, et (b) une mauvaise synchronisation des livraisons sur le marché.

Le Groupe de travail a expliqué qu'un faible excédent, réel ou présumé, des stocks peut avoir un effet dramatique sur le prix courant des tubercules de consommation. Par exemple, des intervenants à Toronto et à Québec ont déclaré que si, sur le marché de Toronto, les courtiers et les acheteurs croyaient à l'existence d'abondantes disponibilités de tubercules en entrepôt dans l'Île-du-Prince-Édouard, au Québec ou au Nouveau-Brunswick, ils pouvaient faire baisser le prix à Toronto, et partant, influer sur le prix en vigueur sur tout le marché de l'Est, y compris celui que les transformateurs paient pour les pommes de terre de transformation sur le marché au comptant.

Le synchronisation des livraisons sur le marché de Toronto ou sur les autres principaux marchés est jugée importante dans l'établissement du prix. Le Groupe de travail a soutenu que deux charges de camions de tubercules livrées au mauvais moment sur un vaste marché comme celui de Toronto pouvaient causer l'effondrement du prix courant. Il attribuait ce type de livraison, soit à une mauvaise synchronisation

des livraisons causée par le manque d'information valable sur le marché, soit à une province qui expédie de grandes quantités de tubercules de catégorie inférieure ou bon marché dans une autre province. La dernière situation a été signalée par des producteurs de Thunder Bay à l'audience de Winnipeg, et par des producteurs de Terre-Neuve et de la Nouvelle-Écosse aux audiences de Charlottetown et de Fredericton.

Commentaires d'autres intervenants

D'abord, le Groupe de travail a proposé que tous les segments du secteur fassent l'objet d'une gestion des approvisionnements. Les fabricants de croustilles ont répondu par une description de leur système d'entente contractuelle avant la plantation qui, selon eux, joue efficacement son rôle comme mécanisme de gestion des approvisionnements. Au dire des fabricants, la création d'un office national de gestion des approvisionnements ne ferait qu'ajouter un autre palier administratif à un système qui fonctionne bien selon la plupart des producteurs et des transformateurs.

Pour leur part, les fabricants de croustilles ont affirmé que le problème de gestion des approvisionnements touchait le marché des tubercules de consommation et que les pommes de terre à croustilles ne convenaient pas à ce marché. Toutefois, plusieurs intervenants ont déclaré que même si les variétés à croustilles ne constituaient pas de bons tubercules de consommation, quelques variétés à croustilles précoces se vendaient en été et au début de l'automne aussi bien pour la fabrication de croustilles ou que pour la consommation et devenaient ainsi souvent partie intégrante des stocks de consommation. À cela, les fabricants de croustilles ont répliqué que toute quantité de pommes de terre à croustilles vendue sur le marché des tubercules de consommation était neutralisée par un achat équivalent auprès des producteurs de tubercules de consommation; ainsi, l'effet des deux transferts résulte en une somme nulle et le marché des tubercules de consommation ne subit aucun préjudice.

Les fabricants de frites se sont également opposés au concept de gestion des approvisionnements. Au dire de ceux du Nouveau-Brunswick et de l'Île-du-Prince-Édouard, comme une bonne partie de leur matière première était actuellement passée à contrat avant la plantation, la gestion des approvisionnements en ferait monter le prix et rendrait leurs produits non concurrentiels sur le marché mondial. Pour leur part, les fabricants de l'Ouest ont déclaré passer actuellement à contrat presque la totalité de leurs besoins, et comme ils géraient déjà efficacement leurs approvisionnements, ils estimaient ne pas devoir être inclus dans le système.

Les fabricants de croustilles et de frites ont également fait observer que les tubercules de transformation exigeaient un traitement d'entreposage spécial qui les rendait impropres au marché de la consommation. Toutefois, de nombreux intervenants ont déclaré que les marchés de la consommation, des semences et des croustilles étaient en bonne part interchangeables dans l'Île-du-Prince-Édouard et au Nouveau-Brunswick, et dans une moindre mesure, dans l'Ouest.

Le Groupe de travail s'accorde à dire que les contrats conclus avant la plantation constituent un moyen efficace de contrôle des approvisionnements. Il a reconnu que les transformateurs pouvaient gérer l'offre et la demande et il a suggéré que les contrats conclus avant la plantation soient considérés comme le contingent de transformation.

Le Groupe de travail et les transformateurs s'entendent sur le fait que les récoltes destinées aux frites, aux croustilles et à la consommation ne sont pas gérées de la même façon. Également, le Groupe de travail a reconnu que les fabricants de frites et de croustilles ont besoin d'établir des relations spéciales à long terme avec les producteurs de tubercules de transformation à cause de leurs exigences particulières de variétés et d'entreposage.

RÉPARTITION DU CONTINGENT DE COMMERCIALISATION

Le projet du Groupe de travail

Le Groupe de travail a proposé de confier à l'Office national la tâche de fixer l'objectif annuel de production et la part allant annuellement à chaque province. Il a précisé qu'au départ, le contingent serait réparti entre chaque province selon la part du marché qu'elle détenait pendant les cinq ans qui ont précédé immédiatement la création de l'Office. Lors de l'audience tenue à Ottawa, le Groupe de travail a indiqué que la répartition du contingent de commercialisation pourrait faire partie de négociations fédérales-provinciales. Par ailleurs, dans les cinq ans suivant l'entrée en fonction de l'Office, il mettrait au point un mécanisme de répartition des hausses ou des baisses de la demande du marché entre les participants. Ce mécanisme ferait ensuite l'objet d'une entente fédérale-provinciale.

Le Groupe de travail a expliqué que le contingent serait réparti de façon à satisfaire aux besoins annuels des marchés tant intérieurs qu'extérieurs. Au début, il avait proposé de fonder entre autres le calcul du contingent annuel sur une projection des besoins des marchés d'exportation et des besoins globaux du marché national, y compris ceux des transformateurs. À l'audience d'Ottawa, le Groupe de travail a dit que le contingent de transformation attribué annuellement à chaque province pourrait correspondre au volume précisé dans les contracts de transformation signés dans la province plutôt qu'à une quantité prédéterminée par l'Office.

Il a déclaré aussi que l'Office national établirait le contingent national annuel, puis le répartirait entre chacun des offices provinciaux. Ceux-ci seraient à leur tour chargés d'attribuer un contingent annuel à leurs producteurs et de répartir le contingent reçu entre quatre catégories: pommes de terre de consommation, de semence, de transformation, ainsi que tubercules destinés à l'exportation.

Le Groupe de travail a proposé aussi d'obliger tous les producteurs, dans le contexte d'un office national, à détenir un permis. Par ailleurs, les petits producteurs et les maraîchers seraient exemptés

du plan. Le Groupe a précisé toutefois que ce volet nécessiterait des négociations ultérieures.

Le Groupe de travail et certains groupements provinciaux de producteurs étaient d'avis que le contingent devrait être dépourvu de toute valeur marchande et géré selon le modèle manitobain. Au Manitoba, l'Office des maraîchiers manitobains pour la commercialisation des légumes est le propriétaire du contingent et le maître absolu de son utilisation. Tous les ans, il analyse les besoins du marché et attribue un contingent à tous les producteurs de pommes de terre qui ne se sont pas liés par contrat avec les transformateurs avant la plantation. Le contingent est établi à un niveau équivalent ou légèrement inférieur à la demande de pommes de terre de consommation et de semence. Pour s'assurer que la valeur du contingent n'entre pas en cause dans l'établissement du prix de vente d'une entreprise de production de pommes de terre, l'Office réfère l'acheteur au Conseil manitobain de commercialisation des produits naturels, qui fournit à l'acheteur une liste d'évaluateurs agréés; l'acheteur choisit l'un des évaluateurs agréés et prend les dispositions nécessaires à l'évaluation. Si le comité estime que la valeur du contingent a gonflé le prix, il privera l'acheteur de son droit à un contingent.

Autres commentaires des intervenants

Les intervenants ont fait valoir une grande variété d'arguments tant en faveur (totalement ou partiellement) de la méthode proposée de répartition des contingents de commercialisation, que contre elle.

Valeur du contingent. Même si le Groupe de travail a rejeté l'idée de donner une valeur marchande au contingent, bon nombre d'intervenants n'étaient pas convaincus que le modèle du Manitoba ou tout autre modèle pourraient assurer que cela ne se produira pas. Les déclarations faites par certains représentants des producteurs et certains membres du Groupe de travail indiquent qu'il est probablement inévitable que les contingents prennent une valeur marchande; en effet, si le contingent prend de la valeur, c'est un signe de la rentabilité de l'exploitation.

Des intervenants ont exprimé leur crainte que la valeur rattachée aux contingents ne se traduise en des prix plus élevés pour le consommateur. Les représentants des consommateurs ont affirmé que, par suite des valeurs élevées attribuées aux contingents dans le cadre de tous les régimes existants de gestion des approvisionnements, le consommateur finit par payer un prix supérieur au coût de production.

Répartition du contingent. Des intervenants de Terre-Neuve, de la Nouvelle-Écosse, du Nouveau-Brunswick, du Manitoba et de la Saskatchewan ont souligné les répercussions défavorables qu'aurait la répartition du contingent d'après les parts de marché détenues les cinq années précédant la création de l'Office.

Les représentants des producteurs terre-neuviens ont sollicité un genre de dispense spéciale qui leur permettrait d'augmenter progressivement leur part du marché provincial. De leur côté, les producteurs de la Nouvelle-Écosse voulaient s'assurer de pouvoir

conclure, avec les provinces avoisinantes, un accord qui leur permettrait d'accroitre leur production à leur gré. Pour sa part, l'Office des maraîchers manitobains pour la commercialisation des légumes désirait exclure les pommes de terre de transformation du contingent afin de ne pas nuire à la croissance de ce secteur dans la province. Comme la Saskatchewan a tout dernièrement atteint son niveau d'autosuffisance, les représentants de ses producteurs ne voulaient pas réduire leur niveau courant de production. C'est pourquoi ils se sont opposés à ce qu'on utilise les données de production des cinq années précédentes dans l'établissement de leur part de base du marché. La Commission des pommes de terre de l'Alberta a affirmé qu'elle ne projetait pas de rallier les rangs de l'Office pour le moment; toutefois, elle aimerait qu'il lui soit possible de le faire à l'avenir ou qu'il soit possible, pour les autres provinces, de se retirer du plan.

Les intervenants de plusieurs provinces ont manifesté de vives inquiétudes à propos de deux questions: le recul possible des marchés extérieurs et le traitement du contingent à l'exportation. Les producteurs du Nouveau-Brunswick et de l'Île-du-Prince-Édouard ont souligné que les marchés d'exportation étaient d'une importance vitale pour eux et qu'ils voulaient obtenir l'assurance de ne pas le perdre. Les producteurs de l'Ontario et du Québec ont proposé que, dans le cadre des négociations fédérales-provinciales, on mette au point une formule de répartition du contingent dans un contexte de progression ou de régression des marchés extérieurs. Les producteurs du Manitoba n'étaient toutefois pas prêts à dire oui à la prise en compte des marchés extérieurs dans l'établissement du contingent national.

Les opinions étaient partagées sur la façon de répartir le contingent entre les producteurs: doit-on l'attribuer individuellement pour chacun des types de production (tubercules de consommation, de semence, de transformation et destinés à l'exportation) ou globalement (dans ce cas, on laisserait aux producteurs et à l'office provincial le soin de décider du mode de répartition)?

Le secteur de la transformation a insisté sur le fait qu'il fonctionnait dans un marché mondial en plein essor et qu'il existait ainsi d'énormes possibilités d'accroissement des ventes de tubercules et de leurs produits; c'est pourquoi il disait craindre vivement qu'un mécanisme de contingentement "sans souplesse" ne nuise à sa capacité d'expansion. Les représentants du secteur avaient également peur d'être privés de la possibilité de s'alimenter en pommes de terre par contrat auprès de fournisseurs acceptables. Par ailleurs, des producteurs craignaient d'être radiés du secteur si, advenant l'exclusion des pommes de terre de transformation du contingentement, ils perdaient un contrat les liant à un transformateur sans détenir de contingent de production de pommes de terre de consommation ou de semence.

Estimation des besoins annuels. De nombreux intervenants ont demandé au Groupe de travail de leur expliquer comment l'Office national évaluerait la demande des divers marchés en pommes de terre de toutes variétés, comment il répondrait aux besoins d'un transformateur désirant agrandir une usine existante ou en construire une nouvelle,

et comment on tiendrait compte des gains ou des pertes enregistrés sur les marchés extérieurs dans l'estimation du contingent à attribuer à chaque province. Le Groupe de travail a répondu que ces questions seraient débattues dans le cadre de négociations fédérales-provinciales. Par ailleurs, il prévoyait la formation d'un comité du secteur de la pomme de terre se composant de transformateurs, de détaillants, de consommateurs et d'autres intéressés; ce comité conseillerait l'Office national relativement à ces questions.

Le Groupe de travail a fait clairement ressortir que la tâche de l'Office national consisterait à définir les besoins du marché et à attribuer un contingent de commercialisation à chaque province. Les transformateurs, les consommateurs et les détaillants ont mis en doute la capacité probable d'un office national à faire correspondre l'offre à la demande. Sur la foi des expériences qu'ils ont eues avec d'autres organismes de gestion des approvisionnements, ils ont affirmé qu'il serait impossible de faire concorder l'offre d'une denrée cultivée dans les champs et soumise aux caprices du temps à la demande variée du marché. Le Groupe de travail s'est dit en désaccord avec cette opinion et a affirmé que l'expérience manitobaine concernant les pommes de terre de consommation et celle de plusieurs provinces relativement aux pommes de terre de transformation étayaient leur position sur la possibilité de faire correspondre l'offre à la demande.

Un certain nombre d'intervenants ont mis en doute l'allégation du Groupe de travail. Ils ne croyaient pas que le Manitoba puisse servir de modèle à cause d'une situation très différente de celle des autres provinces: un rendement plus stable en tubercules; plus de 70 pour cent des tubercules produits sont destinés à la transformation; un seul marché (Winnipeg) pour les tubercules de consommation; une préférence pour un tubercule rouge sur le marché des pommes de terre de consommation; et des frais de transport élevés qui mettent la province à l'abri de la concurrence.

Les participants ont discuté de l'existence d'une réglementation appropriée au palier provincial et de l'expérience des provinces en matière de régies de gestion des approvisionnements. Les opposants à la proposition ont allégué que toutes les provinces n'avaient pas de fondement législatif dans ce domaine et que partout, à l'exception peut-être du Manitoba et de la Colombie-Britannique, les producteurs n'avaient aucune expérience de la gestion des approvisionnements et de la répartition des contingents. Pour sa part, le Groupe de travail a affirmé que la plupart des provinces s'étaient déjà dotées ou étaient disposées à se doter du fondement législatif nécessaire et que toute la question consistait en réalité à obtenir du Fédéral l'autorisation de coordonner et de contrôler les expéditions interprovinciales et de fixer les contingents globaux de production. En outre, il croyait que la plupart des offices provinciaux avaient acquis ou pourraient acquérir l'expérience et la capacité technique nécessaires à la mise en oeuvre d'un régime de gestion des approvisionnements.

Le Groupe de travail estimait qu'il était essentiel, dans le cadre de la stratégie de commercialisation, d'avoir une bonne emprise sur les expéditions autant intraprovinciales qu'interprovinciales de pommes de terre. Un certain nombre d'intervenants ont dit toutefois douter

qu'un office national ou des offices provinciaux soient en mesure d'exercer le niveau de maîtrise nécessaire au bon fonctionnement du système.

FIXATION DES PRIX

Le projet du Groupe de travail

Le Groupe de travail a proposé deux mécanismes de fixation des prix dans son document intitulé "Projet d'établissement d'un programme pour la commercialisation des pommes de terre au Canada":

pour les produits non destinés à la transformation:

"L'objectif de base est de pousser à la couverture du coût de production provincial, ainsi qu'à un revenu raisonnable fondé sur une formule commune de l'Office..."

pour les produits destinés à la transformation:

"Il est proposé que la fixation du prix du produit réglementé destiné à la transformation soit négociée avant la saison de production entre les transformateurs et les offices de commercialisation provinciaux..."

Au cours des audiences, on a demandé à plusieurs reprises au Groupe de travail de clarifier le mécanisme de fixation des prix qu'il proposait et de le décrire en détail. Les réponses du Groupe à ces questions ont permis de mieux définir les deux mécanismes proposés et de les clarifier.

Fixation des prix des produits non destinés à la transformation. L'Office national élaborerait un système de fixation des prix qui viserait à les faire correspondre au coût de production provincial augmenté d'un bénéfice raisonnable. Le système tiendrait compte des fluctuations du marché, c'est-à-dire que les conditions de vente, de financement et d'entreposage pourraient parfois empêcher que le prix à la production corresponde au coût de production augmenté d'un bénéfice raisonnable.

Le mécanisme de fixation des prix comprendrait deux aspects reliés l'un à l'autre: la gestion des approvisionnements et le rachat des excédents à l'intérieur des contingents. Dans le cadre de la gestion des approvisionnements, l'offre de pommes de terre sur le marché serait déterminée et égale à l'estimation des besoins annuels du marché. On a examiné, dans une certaine mesure, le recours au rachat des excédents de la production à l'intérieur des contingents comme moyen de contrôler le marché et d'assurer un prix correspondant au coût de production augmenté d'un bénéfice raisonnable. On a proposé entre autres de racheter les stocks non vendus à la fin de la campagne de commercialisation afin de permettre aux producteurs de garder des pommes de terre en réserve jusqu'à ce que les prix s'améliorent. Une autre solution serait d'acheter des stocks lorsque le prix du marché descend sous le prix fixé d'après le coût de production augmenté d'un

bénéfice raisonnable. Dans les deux cas, l'Office national serait l'acheteur et les offices provinciaux administreraient le programme.

Fixation des prix des produits destinés à la transformation. Selon le Groupe de travail, toutes les pommes de terre de transformation devraient faire l'objet d'un contrat avant la plantation. On a suggéré d'utiliser le modèle ontarien pour établir les prix contractuels des pommes de terre de transformation. Le Groupe de travail a noté que le prix contractuel actuellement payé par les transformateurs assurait un revenu raisonnable aux producteurs et que le système utilisé par le secteur des croustilles fonctionnait bien.

Le système ontarien répartit les négociations annuelles pré-plantation en diverses catégories, notamment les croustilles, les soupes et les ragoûts, les produits pré-pelés etc. L'Office de commercialisation des pommes de terre de transformation de l'Ontario établit ensuite un comité de négociation pour chaque catégorie, lequel discute des modalités d'achat avec chaque transformateur. On détermine à ce moment la variété, le prix, la date de livraison, la qualité, les conditions d'entreposage, etc. Dans leurs négociations, les producteurs et les transformateurs tiennent compte du coût de production, ainsi que des conditions de production et de commercialisation. Si les négociations n'aboutissent pas avant une échéance fixée au mois de mars, les producteurs et les transformateurs présentent chacun une offre finale à un conciliateur nommé par le gouvernement, lequel opte pour l'une ou l'autre des propositions. L'offre finale détermine le prix convenu et les modalités pour tous les signataires. Chaque producteur et chaque transformateur conviennent alors d'un contrat qui doit respecter les modalités de l'offre finale. D'après le Groupe de travail, l'Office national n'interviendrait pas dans les négociations des contrats provinciaux à l'égard des pommes de terre de transformation.

Commentaires d'autres intervenants

Coût de production. Le Groupe de travail a été incapable de fournir des renseignements détaillés en réponse aux questions concernant les coûts de production provinciaux. Le Comité a demandé à chaque gouvernement et/ou office de commercialisation provincial de lui communiquer sa présente formule de coût de production et des données sur les prix dans la province. La plupart des provinces ont communiqué les renseignements demandés, toutefois il n'y avait pas d'uniformité dans les facteurs, les définitions, les méthodes de calcul et les coûts réels.

Le Groupe de travail a reconnu que les coûts pourraient différer d'une province à l'autre, étant entendu que chaque province devrait, à un moment donné, adopter une méthode d'estimation ou d'obtention des données sur les coûts normalisée à l'échelle du pays et qui tiendrait compte des disparités régionales et provinciales. Le Groupe de travail a déclaré que l'Office national élaborerait, sous la surveillance du CNCPA, une politique commune sur le recours à une formule de fixation des prix fondée sur le coût de production augmenté d'un bénéfice raisonnable.

Les représentants des consommateurs et des transformateurs ont critiqué à deux points de vue la proposition d'utiliser une formule normalisée de calcul des coûts de production pour déterminer une échelle de prix appropriée. Ils ont allégué qu'il serait difficile d'élaborer une formule qui refléterait les différences individuelles, provinciales et régionales de coûts de production. Les représentants des consommateurs et d'autres intervenants ont mis en question l'équité de la fixation des prix, faisant valoir que les consommateurs à revenus modestes sont les plus durement touchés par les régimes de gestion de l'offre, alors que les producteurs les plus prospères, soit le tiers d'entre eux, en retirent les plus grands bénéfices.

Autres mécanismes de fixation des prix des produits non destinés à la transformation. On a décrit trois méthodes déjà en place pour la fixation ou le relèvement des prix des produits non destinés à la transformation.

- Au Manitoba, l'Office de commercialisation a le pouvoir de fixer les prix et de vendre des pommes de terre. Dans cette province, le prix est établi régulièrement par un comité composé de grossistes, de producteurs et d'agents de l'Office, d'après le prix des pommes de terre concurrentes produites au Canada et aux États-Unis. Le prix ainsi déterminé est celui que l'Office demande aux grossistes.

- L'Office de commercialisation des pommes de terres fraîches de l'Ontario ne se charge pas lui-même de la vente en exclusivité, mais a recours à un comité de fixation des prix composé de producteurs et de représentants des éléments de l'industrie. Ce comité revoit régulièrement la situation du marché et recommande un prix de vente qui tient compte des prix et de l'offre observés aux États-Unis et dans l'Est du Canada. L'Office établit alors le prix qui sera payé aux producteurs.

- Les producteurs du Québec ont tout récemment fondé leur propre société privée, Pomexpan. Celle-ci s'occupe de promouvoir la vente des pommes de terre du Québec, de coordonner les livraisons au marché et d'aider les producteurs à prendre des décisions concernant la commercialisation. Pomexpan ne fixe pas les prix, mais tente de les maintenir à un seuil acceptable en déterminant le calendrier des livraisons au marché.

Mécanisme de fixation des prix des produits destinés à la transformation. Les fabricants de frites des Maritimes se sont opposés à tout projet tendant à les obliger à conclure des contrats pré-plantation pour toutes les pommes de terre de transformation. Ils ont allégué que, pour maintenir des prix concurrentiels sur le marché d'exportation, il était essentiel qu'ils comblent une partie de leurs besoins par des achats sur le marché au comptant. S'ils devaient se procurer la totalité de leurs approvisionnements par contrat ou s'ils devaient acheter des pommes de terre sur le marché au comptant dans le cadre d'un programme de gestion des approvisionnements, ils perdraient leur part du marché d'exportation.

Les producteurs et les transformateurs du secteur des croustilles dans tout le Canada - de même que les producteurs du secteur des frites au Manitoba et en Alberta - se sont dits satisfaits de la pratique actuelle de gestion de l'offre et de la demande par la conclusion d'ententes contractuelles avant la plantation. Ils ont indiqué que ce système amenait à la fois une meilleure stabilité des prix et des niveaux de prix habituellement supérieurs à ceux des tubercules de consommation. Le Groupe de travail reconnait que l'établissement des prix avec les fabricants de frites et de croustilles dans l'Ouest est généralement équitable, mais il a dit être préoccupé par les pratiques d'ententes contractuelles avant la plantation suivies par les fabricants de frites dans l'Est du pays.

Répercussions sur les prix d'exportation. Des intervenants des provinces exportatrices ont exprimé leurs inquiétudes quant aux effets néfastes que les mécanismes de fixation des prix proposés auraient sur les exportations des pommes de terre de semence et de consommation. Ils ont souligné que les prix des produits de consommation et de transformation destinés à l'exportation étaient établis en fonction du marché américain et non du marché canadien. Le prix des pommes de terre de semence canadiennes est établi en Europe et les Canadiens doivent demeurer concurrenciels. D'après ces intervenants, il est indispensable d'élaborer un système de double prix (marché intérieur et marché d'exportation), si le Canada désire garder ses marchés d'exportation.

Certains membres du Groupe de travail ont suggéré de résoudre les problèmes de prix à l'exportation par un système de double prix ou un système de prix mixtes. Les transformateurs ont signalé que ce type de système serait inefficace, car il encouragerait les États-Unis à prendre des mesures antidumping. Les défenseurs du système de double prix ont rétorqué qu'un système de prix mixtes sans recours aux fonds publics ne constitue pas une entorse aux règles du GATT et que toute mesure antidumping doit se fonder sur la preuve d'un dommage subi plutôt que sur une simple constatation que le prix à l'exportation est inférieur au prix intérieur.

Le représentant du U.S. National Council Potato Council a déclaré qu'il était improbable que le secteur américain de la pomme de terre accepte un système de double prix ou un système de prix mixtes.

RETRAIT DES EXCÉDENTS

Le projet du Goupe de travail

Le Groupe de travail a proposé deux types de programme de retrait des excédents: l'achat par l'Office de produits excédentaires à l'intérieur des contingents et le retrait d'excédents dépassant les contingents. Voici la description initiale que le Groupe de travail a donné des deux types de programmes de retrait des excédents:

Excédents à l'intérieur des contingents. Si l'Office national attribuait des contingents annuels supérieurs à la demande, il en assumerait la responsabilité, par le truchement des offices provinciaux, et achèterait les excédents des producteurs à un prix

égal au coût de production provincial augmenté d'un bénéfice raisonnable. Tous les producteurs canadiens participeraient aux frais d'achat de ces excédents à l'intérieur de la production contingentée. Les fonds proviendraient de prélèvements à la production et ces sommes seraient ajoutées au prix d'achat ou en seraient déduites.

Excédents dépassant les contingents. L'Office national attribuerait des contingents d'après la taille estimative du marché. Si un producteur ou une province produisait une quantité de pommes de terre supérieure à son contingent, il en résulterait un excédent qui devrait être éliminé aux frais de ceux qui en seraient responsables. Le coût du retrait des excédents dépassant les contingents n'aurait aucun effet sur le calcul du coût de production.

Application des programmes de retrait des excédents. Le Groupe de travail a souligné que le retrait des excédents ne serait qu'un des volets d'une stratégie de commercialisation qui comprendrait la gestion de l'offre, une meilleur compréhension des marchés et un meilleur contrôle du transfert des pommes de terre excédentaires d'une province et d'une région à l'autre. Par conséquent, il ne prévoyait pas que la production de gros excédents devienne un problème permanent.

Le Groupe de travail a indiqué qu'il se rendait bien compte que les fluctuations climatiques pouvaient entraîner d'importants excédents. Il a allégué que l'Office national serait très bien placé pour s'occuper de ce type d'excédents, car il disposerait du pouvoir nécessaire pour coordonner et échelonner le transfert des pommes de terre des régions surproductrices aux régions déficitaires sans toutefois bouleverser le marché. Cependant, si cette solution s'avérait inadéquate, l'Office national pourrait acheter des excédents de production à l'intérieur des contingents à un prix correspondant au coût provincial de production augmenté d'un bénéfice raisonnable pour les producteurs.

Ce serait l'Office provincial qui superviserait l'écoulement des pommes de terre produites en sus des contingents; celles-ci pourraient servir à l'alimentation du bétail, à la production d'alcool ou à quelque autre usage qui ne concurrencerait pas la vente des pommes de terre contingentées. Le Groupe de travail a rappelé que les pommes de terre produites en sus des contingents ne seraient pas écoulées à bas prix sur d'autres marchés intérieurs ou étrangers et que les producteurs assumeraient la responsabilité du coût de leur élimination. D'après lui, les producteurs n'auraient donc aucune raison de produire plus que leur contingent dans l'espoir de trouver un débouché pour l'excédent.

Commentaires d'autres intervenants

La proposition du Groupe de travail concernant le retrait des excédents a donné lieu à un certain nombre de questions de la part des intervenants de tout le pays. Ceux qui s'opposaient à la proposition ont mis en doute l'efficacité des programmes de retrait des excédents proposés. Ils ont allégué que le coût de retrait des excédents à l'intérieur des contingents entraînerait une hausse de coût pour les

producteurs et les consommateurs et une pression accrue sur le gouvernement à qui l'on demanderait de subventionner le retrait des approvisionnements. On a aussi mis en question les détails des programmes, soit le coût du prélèvement, la destination finale du produit, le moment de la campagne où les excédents seraient éliminés, la façon d'appliquer la formule de calcul des coûts de production et l'aptitude de l'Office national à traiter un problème persistant dans une province donnée.

Les intervenants de l'Ouest canadien ont noté que le retrait des excédents dépassant les contingents était un problème qui touchait surtout l'Est du pays. Pour les intervenants du Manitoba, le principe de retrait des excédents à l'intérieur des contingents n'a pas de raison d'être, car, d'après eux, les offices provinciaux devraient être capables de faire correspondre l'offre et la demande grâce à la signature de contrats avant la plantation des pommes de terre de transformation et grâce à la gestion des approvisionnements de toutes les pommes de terre ne faisant pas l'objet d'un contrat.

Le secteur de la production de croustilles a affirmé qu'il ne risquera jamais de connaître un excédent de la production à l'intérieur des contingents, car il accepte des producteurs toutes les pommes de terre ayant fait l'objet d'un contrat avant la plantation. Il semble que les transformateurs y parviennent en signant des contrats pour des quantités légèrement inférieures à leurs besoins. Cette façon de procéder tient compte de la variabilité du rendement et permet à l'établissement de transformation de compenser les déficits de certains producteurs par les surplus des autres.

Le Groupe de travail a soutenu que, pour gérer efficacement les approvisionnements, il était nécessaire d'établir des programmes de retrait ou de gestion à la fois pour les excédents à l'intérieur des contingents et pour les excédents dépassant les contingents, en vue d'équilibrer l'offre et la demande. Le Groupe était d'avis qu'en acquérant de l'expérience, l'Office apprendrait à prédire les besoins du marché et qu'il n'y aurait d'excédents à l'intérieur des contingents que si la demande des consommateurs diminuait. Toutefois, comme les variations climatiques et la nature même de la culture dans les champs entraîneraient occasionnellement des excédents dépassant les contingents, le coût de l'élimination de ces excédents serait alors assumé par le producteur qui en serait responsable.

CONTRÔLE DES IMPORTATIONS

Le projet du Groupe de travail

Selon le Groupe de travail, la conclusion d'une entente bilatérale déterminant la quantité de pommes de terre qui peuvent être exportées et importées entre les États-Unis et le Canada serait essentielle à l'établissement d'un Office national. Cette entente protégerait le marché canadien en restreignant les importations à une quantité prédéterminée. Elle serait négociée entre les gouvernements, conformément aux modalités du GATT.

Le Groupe de travail a fait valoir qu'il serait impossible d'équilibrer l'offre et la demande au Canada sans un système efficace de contrôle des importations. Il n'avait pas l'intention de mettre fin à toutes les importations de pommes de terre, mais plutôt d'établir un programme d'importations et d'exportations complémentaires et contrôlées entre le Canada et les États-Unis. Il a proposé que l'on détermine, dans le cadre d'un tel programme, les quantités à échanger, le calendrier des importations et des exportations et les modalités d'application de l'entente.

Commentaires d'autres intervenants

Contrôle à la frontière. Les intervenants de certaines provinces ont souligné que, pour équilibrer l'offre et la demande, le Canada devrait absolument contrôler l'importation de pommes de terre et de ses dérivés en provenance des États-Unis. Ils ont fait valoir que les accords du GATT permettent le contrôle des importations dans le cadre d'un programme de gestion des approvisionnements pourvu que la production intérieure soit bien réglementée.

Des représentants du National Potato Council des États-Unis et de l'American Farm Bureau ont participé aux audiences et présenté la position des producteurs américains à l'égard de l'établissement d'un Office national. Le Potato Council s'oppose à la formation d'un office selon le modèle proposé parce que le projet ne répond pas à plusieurs de ses attentes, notamment: que le plan s'applique à toutes les pommes de terre (de consommation, de semence ou de transformation); que toutes les régions du Canada soient comprises dans le plan; que les excédents de produits ne soient pas exportés; qu'un contingent juste et raisonnable soit établi non seulement pour les importations de tubercules américaines et de leurs dérivés mais aussi pour les exportations de tubercules canadiennes et de leurs dérivés aux États-Unis; qu'un régime de règlements et de pénalités assure le contrôle des contingents d'importation et d'exportation; et qu'un accord commercial bi-latéral soit conclu dans le cadre de la création d'un office de commercialisation. Le Potato Council a indiqué que, suite à la ratification de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis, il appuierait la négociation d'une entente sur les points pré-cités ainsi que sur plusieurs autres, tels les lois sur les contenants, les règlements phytosanitaires, les programmes de stabilisation des revenus et les programmes d'aide aux producteurs.

En outre, le U.S. National Potato Council a déclaré que l'accord bi-latéral devrait tenir compte du commerce frontalier établi de longue date, tel les ventes de tubercules de l'Île-du-Prince-Édouard en Nouvelle-Angleterre et de celles de l'État de Washington en Colombie-Britannique. Plus précisément, il soutient que les mouvements transfrontaliers devraient correspondre l'un à l'autre, sans toutefois dépasser un plafond négocié pour le total des expéditions dans chaque direction.

L'American Farm Bureau Federation a exprimé des réserves et des préoccupations semblables à celles du U.S. National Potato Council.

Le marché d'exportation. Le maintien et l'accroissement futur des marchés d'exportation se sont avérés un sujet qui préoccupait beaucoup les producteurs, les expéditeurs et les transformateurs de pommes de terre de l'Île-du-Prince-Édouard et du Nouveau-Brunswick. Les producteurs de pommes de terre de semence de l'Alberta désiraient aussi qu'on leur donne l'assurance que leur part du marché américain de pommes de terre de semence ne subirait pas d'effet néfaste. D'après les témoignages entendus aux audiences, dans ces trois provinces, les marchés d'exportation des pommes de terre de semence, de consommation et de transformation offriraient les meilleures possibilités d'avenir.

Les Maritimes exportent des pommes de terre et des produits des pommes de terre aux États-Unis et outre-mer. Les pommes de terre de consommation sont surtout exportées aux États-Unis: les pommes de terre de semence sont expédiées aux États-Unis, en Europe, en Afrique du Nord et en Amérique du Sud; les frites sont destinées aux États-Unis et à un grand nombre d'autres pays. Selon les transformateurs et les expéditeurs de pommes de terre et de produits de pommes de terre, le marché canadien de la pomme de terre est déterminé par les exportations, les prix sont actuellement établis en fonction du marché américain et des marchés mondiaux, et le Canada ne joue qu'un rôle mineur sur la scène mondiale.

Les producteurs de l'Île-du-Prince-Édouard et du Nouveau-Brunswick ont indiqué clairement qu'un Office national devra protéger leurs marchés d'exportation. Ils ont déclaré appuyer le projet de création d'un Office national à la condition expresse que le Canada et les États-Unis concluent une entente bilatérale sur les exportations et les importations. Les producteurs ont dit qu'ils se sentaient menacés sur le marché américain et qu'une telle entente définirait les règles de base selon lesquelles les producteurs américains et canadiens pourraient exploiter leurs marchés réciproques. Pour répondre aux préoccupations des exportateurs, on a examiné, lors des audiences, la question des contingents d'exportation et divers systèmes de double prix.

Les prix à l'exportation. Le Groupe de travail croyait que, dans le cadre de la gestion des approvisionnements, les accords du GATT autorisaient l'imposition d'un contrôle des importations et la négociation par l'Office d'une entente bilatérale Canada-États-Unis permettant au Canada d'exporter aux États-Unis une quantité déterminée de pommes de terre. De plus, certains membres du Groupe de travail ont suggéré que pour être concurrentiel sur les marchés des pommes de terre de semence et de consommation d'outre-mer, le Canada devrait vendre ses produits au prix mondial. Si celui-ci était inférieur au prix du marché intérieur, il faudrait alors avoir recours à un système de prix mixtes ou composés.

Ceux qui s'opposaient à cette proposition estimaient qu'elle faisait fi des lois du commerce international et ne tenait pas compte du fait que les accords du GATT ne traitent que des produits non transformés faisant l'objet d'une gestion des approvisionnements. D'après eux, toute tentative des exportateurs canadiens de vendre leurs produits sur les marchés étrangers à des prix inférieurs aux prix canadiens

ouvrirait la voie à des mesures antidumping de représailles de la part des États-Unis et à des mesures prises en vertu du GATT par d'autres pays.

Ceux qui appuyaient la proposition ont suggéré l'utilisation d'un système de prix mixtes pour éviter le problème de double prix. Ils ont avancé qu'un système de prix mixtes, sans recours aux fonds publics, n'irait pas à l'encontre des règles du GATT. En outre, ils ont mentionné que toute mesure antidumping doit se fonder sur la preuve d'un préjudice grave subi, ce qui serait difficile à faire dans le cas du Canada. Les représentants des principaux transformateurs se sont dits en désaccord, affirmant qu'un régime de prix mixtes ne constituerait pas une justification acceptable face à une accusation de dumping.

Contrôle des importations. Les producteurs de la Colombie-Britannique voulaient que leur part du marché soit protégée contre l'importation sur le marché de Vancouver de produits peu coûteux en provenance du bassin du Columbia. Ils ont déjà gagné une action antidumping intentée contre les producteurs de l'État de Washington. D'après eux, l'Office national serait en mesure de négocier une entente bilatérale dans le cadre des accords du GATT et de leur offrir une protection permanente.

AUTRES SOLUTIONS

Introduction

Pendant les audiences, de nombreux intervenants ont commenté les problèmes du secteur et proposé des solutions autres que l'établissement d'un Office national de gestion des approvisionnements. Les intervenants ont souligné qu'il n'existait aucun organisme national procurant un encadrement à long terme et une politique d'orientation du secteur. On a noté aussi le besoin d'adopter une démarche nationale qui permettrait de consulter l'ensemble du secteur sur les questions de commercialisation et de mieux coordonner la commercialisation et la promotion des pommes de terre.

Propositions

Le ministre de l'Agriculture du Nouveau-Brunswick a proposé l'établissement d'un office dont les pouvoirs seraient réduits:

> "...mon ministère s'oppose à la proposition d'établir une Office national investi du pouvoir de gérer les approvisionnements de la façon décrite dans la proposition, mais croit tout de même qu'il faut agir; il recommande donc l'examen d'autres solutions. Un Office national à pouvoirs réduits, qui mettrait l'accent sur l'information sur les marchés, la promotion des produits et l'amélioration de la qualité, aurait peut-être sa raison d'être. Un tel Office serait efficace si les provinces voulaient bien coopérer pour ne pas produire plus que la demande du marché. D'autres options pourraient aussi être examinées." (Traduction du compte rendu des audiences, p. 1379 du texte anglais).

Le représentant de la Commission de la pomme de terre de l'Alberta a proposé l'établissement d'un Office de coordination:

> "...nous espérons que si le projet d'Office national n'aboutit pas, il sera au moins possible de former un organisme national de coordination ayant pour objet la promotion et la recherche. Nous croyons que cela constitue une lacune au sein du secteur canadien de la pomme de terre et peut-être pourrions-nous résoudre certains de nos problèmes de cette façon." (Traduction du compte rendu des audiences, p. 2871 du texte anglais).

L'Association canadienne des fabricants de croustilles et de grignotines a suggéré, à l'audience d'Ottawa, de mener d'autres consultations avant de décider de la nature du futur Office:

> "Ce dont on a besoin, en premier lieu, c'est que tous les participants du secteur de la pomme de terre se consultent. On pourra ainsi se faire une idée exacte des problèmes du secteur et de leurs causes ainsi que des solutions pouvant corriger ces problèmes. C'est seulement à ce moment qu'on pourra élaborer une proposition détaillée qui apportera des solutions valables et constructives pour régler efficacement ces problèmes." (Traduction du compte rendu des audiences, p. 3464 du texte anglais).

La National Farmers Union a proposé la création d'une commission canadienne de la pomme de terre. La commission aurait les caractéristiques et les pouvoirs suivants: une envergure nationale; le mandat exclusif de la gestion des ventes; la gestion des approvisionnements; l'égalité des chances de fournir le produit; un prix fondé sur le coût de production additionné d'un juste rendement sur son travail et son investissement; un prix initial garanti par le Gouvernement fédéral; des paiements finaux en fonction du prix réel du marché; le classement et l'inspection par le Gouvernement de tous les tubercules vendus; un prix uniforme pour une même variété, une même catégorie et une même classe; des prêts ou avances sur les récoltes; le mandat exclusif des ventes; le contrôle des importations et des exportations; et la nomination des dirigeants de la commission par le Gouvernement.

Stabilisation tripartite

Comme solution de rechange à la création d'un office national chargé de la gestion des approvisionnements, on a proposé la mise en oeuvre de programmes de stabilisation. Des représentants des consommateurs, des détaillants et des transformateurs ont avancé qu'un programme de stabilisation constituerait un moyen juste et équitable de stabiliser le revenu des producteurs d'une année à l'autre.

Les trois groupes se sont accordés pour dire que durant certaines années les producteurs d'une région ou de l'autre du pays ne recevaient pas un revenu satisfaisant pour leur récolte de pommes de terre. On a donc proposé l'adoption d'un programme de stabilisation tripartite, qui serait financé par les producteurs et par les

gouvernements fédéral et provinciaux, aux fins de stabilisation du revenu des producteurs.

Ceux qui s'opposaient à la proposition du Groupe de travail disaient préférer un programme de stabilisation tripartite à la gestion des approvisionnements pour des raisons à la fois philosophiques et pratiques. On dénonçait l'imposition de la gestion des approvisionnements et des pouvoirs de fixation des prix par un office de commercialisation comme étant philosophiquement contraire au fonctionnement des mécanismes du marché et aux intérêts des consommateurs. En outre, ceux qui appuyaient le programme de stabilisation désiraient ainsi rendre visible aux yeux du public le coût du programme d'aide.

Les personnes qui favorisaient la stabilisation tripartite alléguaient qu'un tel programme était plus facile à mettre en oeuvre qu'un programme de gestion des approvisionnements. À leurs yeux, les problèmes d'estimation des approvisionnements et d'élaboration d'une formule acceptable de coût de production seraient graves car les pommes de terre représentent une récolte produite dans les champs et pour laquelle on ne peut pas contrôler les conditions climatiques, le rendement et les autres paramètres de production. De plus, les résultats obtenus par les offices existants de gestion des approvisionnements les portent à croire que les marchés d'exportation seraient perdus, que les prix payés par les consommateurs augmenteraient considérablement et qu'une minorité plutôt que la majorité des producteurs en bénéficieraient.

Le Groupe de travail ne considérait pas le programme de stabilisation tripartite comme une solution acceptable. Il pensait au contraire que les droits augmenteraient les frais des producteurs et que leurs revenus tomberaient au-dessous de leurs coûts de production. Il a aussi indiqué que, d'après lui, un tel plan serait coûteux pour les contribuables et perpétuerait la faiblesse actuelle du secteur sans que le consommateur ait une idée du prix réel du produit qu'il achète.

Plusieurs intervenants - notamment les ministres de l'Agriculture du Québec et de l'Île-du-Prince-Édouard - ont souligné le coût et l'inefficacité d'un programme de stabilisation tripartite pour résoudre les problèmes d'instabilité du revenu. Le ministre de l'Agriculture du Québec a rejeté le programme de stabilisation comme n'étant pas une solution de rechange valable. À titre d'exemple, il a cité le régime d'assurance du revenu en vigueur dans sa province depuis plusieurs années; ce programme à frais partagés avec les producteurs, malgré un déficit considérable, n'a pas résolu le problème d'instabilité du revenu des producteurs.

Quant au ministre de l'Agriculture de l'Île-du-Prince-Édouard, il a indiqué qu'il se laisserait guider par l'opinion des producteurs de sa province. Si ces derniers devaient préférer un programme de stabilisation tripartite, il ne rejetterait pas cette solution au départ. Il a toutefois déclaré à l'audience qu'un tel programme comporterait pour les producteurs et pour le Trésor provincial un coût tellement élevé qu'il ne semblait pas constituer une solution valable au problème d'instabilité des prix.

Commentaires d'autres intervenants

Information sur les marchés. On a noté que le manque d'information adéquate et fiable sur les marchés était une des principales entraves à l'élaboration d'une stratégie de commercialisation pour le secteur. Les réponses vagues apportées par le Groupe de travail et les divers intervenants aux questions touchant les prix et la commercialisation sur le marché intérieur et le marché d'exportation ont démontré clairement l'imperfection et l'ambiguïté de l'information dans ce domaine. Les commentaires formulés lors des audiences ont confirmé les problèmes qui se sont posés au moment de la préparation du document intitulé "Profil du secteur canadien de la pomme de terre". On s'est alors rendu compte que les données sur le secteur étaient incomplètes et qu'il était difficile, sinon impossible, de comparer une province à l'autre. Le Comité a constaté aussi que peu de recherches ont été faites sur l'économie du marché des pommes de terre. Les intervenants n'ont pu lui fournir que peu de résultats de recherches ou de renseignements sur des sujets comme l'élasticité en fonction des prix, les préférences des consommateurs, les importations et les exportations.

Problèmes de production. Les intervenants ont exposé une gamme de problèmes de production, de commercialisation et de structure qui nuisent à la compétitivité du secteur. Ils ont informé le Comité qu'il fallait régler des problèmes de variété, de qualité, d'entreposage et d'état phytosanitaire pour maintenir et agrandir les marchés. Les producteurs, les transformateurs et les négociants ont fait valoir que pour se tailler une place sur le marché et la maintenir, il fallait demander un prix concurrentiel et offrir un produit de qualité, mais qu'il restait beaucoup de travail à faire pour que la pomme de terre canadienne acquière et maintienne une réputation de qualité.

Promotion et développement des marchés. Le Comité a été informé que les producteurs ont amassé une certaine somme à des fins de promotion, mais qu'il n'existait pas vraiment de programme national de promotion des pommes de terre. On a mentionné cependant, à l'échelle provinciale, l'exemple de l'Office de commercialisation des pommes de terre de l'Île-du-Prince-Édouard et celui de Pomexpan au Québec, qui ont réussi dans leur tentative de commercialiser et de promouvoir les pommes de terre de consommation. Cependant, d'après les témoignages entendus aux audiences, les producteurs n'ont pas obtenu un tel succès dans chaque province. Au contraire, dans un cas, les intervenants du secteur du détail ont allégué que les activités financées par les producteurs étaient mal coordonnées et inefficaces et n'atteignaient pas leur objectif d'améliorer la demande de pommes de terre.

On a indiqué que les marchés d'exportation des pommes de terre de consommation et de semence étaient très concurrentiels. Cependant, le Comité dispose de très peu d'information montrant que le secteur a adopté une stratégie globale pour maintenir, développer ou mettre en valeur les marchés d'exportation. On a cité en exemple l'organisme Pommes de terre Canada des Maritimes, qui agit dans ce domaine, mais les intervenants ne l'ont pas appuyé avec enthousiasme. Les renseignements présentés indiquaient que le marché d'exportation était

desservi sans grande planification et que son avenir dépendait de la hardiesse d'un ou de deux exportateurs plus entreprenants.

REPRÉSENTATION DES CONSOMMATEURS ET DU SECTEUR

Les consommateurs, les transformateurs et les détaillants ont demandé à être représentés au conseil d'administration de tout office qui serait mis sur pied. Ils étaient d'avis qu'ils devraient être consultés sur les décisions concernant tout plan de commercialisation des pommes de terre et y participer. Le Groupe de travail, quant à lui, croyait que le conseil d'administration de l'office ne devrait être composé que de représentants des producteurs, mais que des représentants des consommateurs, des transformateurs et des détaillants pourraient être membres de sous-comités sous l'égide de l'office.

COÛT DE FONCTIONNEMENT

Les consommateurs, les transformateurs et les détaillants ont affirmé que les coûts de fonctionnement de l'office pourraient être excessifs et qu'ils n'étaient pas connus. Ils pensaient qu'il faudrait prélever des droits pour le retrait des excédents, la promotion et la gestion. Le Groupe de travail a été incapable de chiffrer les frais éventuels.

VI. ANALYSE

INTRODUCTION

Le Comité d'enquête a résumé et analysé les preuves qui lui ont été présentées verbalement lors des audiences, dans les présentations écrites et dans le "Profil du secteur canadien de la pomme de terre" préparé par le Ministère de l'Agriculture du Canada. Les chapitres précédents ont discuté des forces et des faiblesses du secteur de la pomme de terre.

Le présent chapitre fait état de la perception des problèmes du secteur par le Comité, de ses opinions sur les facteurs déterminants à prendre en considération dans la formulation d'un plan visant à régler les problèmes du secteur et d'une analyse par le Comité de la pertinence de la proposition du groupe de travail à ce sujet. Le Comité fonde son jugement et son analyse sur les principaux arguments présentés lors de l'enquête par les divers intervenants.

LE PROBLÈME DU SECTEUR

D'après les preuves présentées aux audiences, le Comité a conclu que le maintien du statu quo ne garantirait pas la viabilité économique à long terme des producteurs de pommes de terre canadiens. De façon générale, les producteurs primaires de pommes de terre n'adoptent pas une méthode organisée pour la commercialisation de leur produit. Par conséquent, les pommes de terre, en particulier de consommation et de semence, sont vendues de façon incontrôlée, les prix fluctuent et les revenus des producteurs sont incertains.

Le problème a été exacerbé par un certain nombre de facteurs, en particulier:

- **L'absence d'un porte-parole national des producteurs dans le secteur de la pomme de terre conduit à un mode non coordonné de règlement des problèmes et des questions touchant au secteur.** À plusieurs séances d'audience, des intervenants ont souligné qu'il n'existait aucun organisme national assurant la direction et l'élaboration de politiques à long terme dans le secteur.

- **Parmi les preuves présentées à l'enquête, très peu laissent croire qu'il existe dans ce secteur une stratégie commune pour conserver, promouvoir ou développer davantage les marchés nationaux et internationaux de la pomme de terre ou pour mieux régir la commercialisation de cette denrée.** À l'échelle provinciale, certains offices de commercialisation ont eu du succès dans la vente et la promotion des pommes de terre, alors que d'autres ont été critiqués par des intervenants du secteur du détail pour avoir mis en place des programmes de promotion non coordonnés et inefficaces.

- **Le manque d'information pertinente et fiable sur les marchés a été désigné comme un problème critique pour le producteur.** L'information

sur les marchés semble trop ambiguë et non pertinente; elle ne peut pas servir à appuyer une prise de décision éclairée par les producteurs.

- **Bien que la majorité des producteurs de pommes de terre de transformation semblent profiter d'un marché et de prix stables, ce n'est pas le cas des secteurs de la pomme de terre de consommation et de semence.** Ces deux derniers groupes ont connu et continuent de connaître l'instabilité, les fluctuations des prix et l'incertitude pour l'avenir.

- **Bien qu'en général les intervenants soient satisfaits de l'application du système de contrats de pré-plantation employé dans le secteur de la pomme de terre de transformation, des critiques ont été formulées au sujet des pratiques d'achat sur le marché au comptant par certains transformateurs.** Ces pratiques, ainsi que le renvoi de la signature des contrats à un moment ultérieur à la plantation, au printemps, ont été identifiées comme une des causes de l'incertitude et de l'instabilité sur le marché.

- **Les intervenants, dans tout le pays, ont souligné le "chaos" qui caractérise le marché de la pomme de terre de consommation et de semence.** Ils ont émis des commentaires sur: les pratiques de commercialisation douteuses sur le marché national de la pomme de terre de consommation; la concurrence que se livrent les courtiers sur les marchés d'exportation, entraînant par là une baisse des prix à l'exportation; la nécessité pour les producteurs de prendre des risques élevés dans un marché incertain; l'effet, sur leurs décisions de vente, de la perception que les producteurs se font de l'offre; et la piètre planification, voire l'absence de planification, de l'offre sur les marchés nationaux, ce qui entraîne d'importantes fluctuations des prix.

- **On a souligné à l'audience que certains problèmes et certaines questions touchant les variétés, la qualité, l'entreposage et les aspects phytosanitaires devraient être réglés pour conserver, ou agrandir, la part des marchés nationaux et internationaux.** Les producteurs, les transformateurs et les négociants ont souligné que, pour s'approprier et conserver un marché, il faut en même temps pratiquer des prix compétitifs et offrir un produit de qualité.

- **La législation provinciale couvrant la création d'offices de commercialisation existe, mais le mouvement des pommes de terre entre les provinces ne peut être contrôlé sans une législation fédérale.** La coopération inadéquate entre les provinces et l'absence de discipline dans le mouvement des pommes de terre de consommation sur le marché national ont été désignées comme les principaux facteurs à l'origine de la versatilité et de l'instabilité des prix.

- **Le Comité d'enquête a été informé que, jusqu'ici, les programmes gouvernementaux n'ont pas fait disparaître l'instabilité dans le secteur; bien au contraire, les programmes de stabilisation existants, notamment les régimes d'assurance-revenu, sont devenus des saignées de fonds publics.** Ces programmes tendent à perpétuer

la faiblesse actuelle du secteur sans que le consommateur ne connaisse le prix réel du produit.

RÉSOLUTION DU PROBLÈME DU SECTEUR

Après une analyse exhaustive des preuves présentées à l'enquête, le Comité est d'avis que la résolution du problème du secteur de la pomme de terre passera par des actions des producteurs à l'échelle provinciale et nationale. De l'avis du Comité, il faut que cette action soit planifiée et qu'elle porte sur un certain nombre des facteurs qui ont fait l'objet de discussions à l'audience. Les plus importants de ces facteurs sont les suivants:

- **Le secteur a besoin d'un moyen pour préparer et conduire, à l'échelle nationale et dans tous ses segments, des consultations sur les questions de commercialisation ainsi que d'un mécanisme pour coordonner les programmes d'information sur les marchés, le développement des marchés et la promotion, la recherche et la planification à long terme.** Il manque dans le secteur un point de rencontre grâce auquel les producteurs pourraient consulter les consommateurs, les transformateurs et les détaillants aux fins d'élaboration de stratégies et de programmes de commercialisation nationaux et internationaux. De plus, il n'existe pas de groupe national ayant le pouvoir de percevoir des prélèvements de tous les producteurs afin de financer les programmes d'information sur les marchés, de développement des marchés et de promotion, de recherche et d'élaboration de politiques.

- **En l'absence d'un mécanisme de réglementation de l'offre, le Comité doute qu'un système visant à améliorer les prix à la production puisse être efficace, tout particulièrement, si les programmes provinciaux actuels de stabilisation et d'assurance-revenu demeurent en place.** Le Comité était très intéressé par l'expérience de Pomexpan, au Québec, et par la possibilité de l'appliquer à la commercialisation de toutes les pommes de terre de consommation et de semence. Toutefois, d'après les preuves recueillies, il semble que Pomexpan n'ait eu qu'un succès mitigé au Québec, principalement en raison de l'absence de contrôle sur les approvisionnements produits au Québec et sur les livraisons par d'autres provinces sur son territoire. Cette lacune pourrait être évitée dans le contexte canadien par la négociation d'ententes fédérales-provinciales coordonnant les livraisons d'une province à l'autre.

- **Dans la mesure où le segment de la pomme de terre de transformation fonctionne selon des contrats de pré-plantation, il est géré d'une façon stable et acceptable et devrait être soustrait du contrôle des approvisionnements par un organisme national.** Les grandes fluctuations des prix caractérisent principalement les marchés des pommes de terre de consommation et de semence alors que le secteur de la transformation négocie les quantités livrées et les prix avant la plantation. Un mécanisme en place permet d'arriver à ce que l'offre corresponde à la demande à un prix déterminé. Toutefois, pour le bien-être général du secteur, il serait nécessaire de mettre en place un mécanisme qui garantirait la participation des producteurs de pommes de terre de transformation à la gestion et au

développement de l'ensemble du secteur et qui permettrait ainsi de percevoir des prélèvements sur les pommes de terre de transformation en vue de financer des activités comme l'information sur les marchés, le développement des marchés, la promotion et la recherche.

- **Si le contrôle des approvisionnements doit être appliqué à la commercialisation des pommes de terre de consommation et de semence, il faut un mécanisme permettant aux producteurs de passer d'un segment à l'autre du secteur de la pomme de terre (consommation, semence et transformation) et de contrôler l'introduction de pommes de terre de transformation non couvertes par des contrats de pré-plantation dans les secteurs de la pomme de terre de consommation et de semence.** Ce mécanisme permettrait aux producteurs de pommes de terre de transformation d'avoir un accès ordonné aux marchés de la pomme de terre de consommation et de semence s'ils n'arrivaient pas à passer un contrat de pré-plantation avec un transformateur.

- **Un office de commercialisation devrait éliminer les "excédents à l'intérieur des contingents" à ses propres frais, en utilisant les fonds issus de prélèvements imposés à tous les producteurs de pommes de terre de consommation et de semence. Les "excédents dépassant les contingents" seraient la responsabilité de ceux qui contribuent à les créer.** Les preuves présentées par de nombreux intervenants soutiennent le principe que ces coûts devraient être assumés par les producteurs et non par les consommateurs et que, de plus, les producteurs de pommes de terre de transformation ne devraient pas contribuer aux programmes de retrait des surplus de pommes de terre de consommation et de semence ni les financer.

- **Le prix devrait être établi par les forces du marché.** Le prix de la pomme de terre de consommation et de semence devrait être mû par le marché dans un contexte d'approvisionnements réglementés et une formule de coûts de production ne devrait pas être nécessaire pour l'établir. Le contrôle des approvisionnements pourrait suffire pour améliorer les prix de la pomme de terre de table et de semence sans qu'on ait recours à une formule de coûts de production nationale ou provinciale. Toutefois, afin de réglementer les approvisionnements, un office national devrait pouvoir déterminer le niveau prévu de la demande de pommes de terre de consommation et de semence, contrôler l'attribution des contingents et assurer une mise en marché méthodique de la production.

- **Un office de commercialisation devrait trouver le moyen de prémunir les producteurs qui alimentent le marché d'exportation contre les baisses des ventes à l'exportation et de leur permettre de profiter des possiblités d'expansion de ces marchés.** Le marché d'exportation de la pomme de terre de consommation et de semence a une importance cruciale pour l'Île-du-Prince-Édouard et le Nouveau-Brunswick. Il est très volatil et subit d'importantes fluctuations d'une année à l'autre.

- **Le prix de la pomme de terre de transformation ayant été relativement stable, le secteur des frites a pu augmenter ses exportations de produit transformé.** Des membres de ce secteur ont fait valoir que pour conserver et étendre leur marché d'exportation,

ils doivent disposer d'approvisionnements en produits bruts à un prix compétitif.

- **Une entente bilatérale canado-américaine est absolument nécessaire au contrôle des approvisionnements au Canada.** Cette entente assurerait un contrôle des approvisionnements sur le marché national de la pomme de terre de consommation et de semence. Ce serait un accord bilatéral entre les gouvernements du Canada et des États-Unis fixant les conditions d'un accès réciproque aux deux marchés.

PROPOSITION DU GROUPE DE TRAVAIL

Le Groupe de travail a proposé la mise en place d'un programme national de commercialisation des pommes de terre qui comprendrait cinq éléments de base: la gestion des approvisionnements, l'attribution des contingents de mise en marché, la fixation des prix, le retrait des excédents et le contrôle des importations. Le programme proposé s'appliquerait à tous les types de pommes de terre et appellerait la coordination des pouvoirs de réglementation assurés par la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme et par la législation provinciale touchant la mise en marché.

Éléments de la proposition

- D'après le Groupe de travail, la gestion des approvisionnements par un organisme national protégerait les cultivateurs contre l'instabilité des prix due aux variations de l'offre.

- Un organisme national fixerait les quantités cibles annuelles des approvisionnements ainsi que les contingents annuels attribués à chaque province. Les offices provinciaux seraient chargés de l'attribution de ces contingents annuels à leurs producteurs et de la répartition du contingent entre les producteurs de pommes de terre destinées à la consommation, à l'ensemencement, à la transformation et à l'exportation.

- Deux mécanismes de fixation des prix seraient utilisés: pour la pomme de terre non destinée à la transformation, l'office s'efforcerait de fixer le prix à une valeur égale au coût de production provincial majoré d'un bénéfice raisonnable; dans le cas des pommes de terre destinées à la transformation, le prix serait négocié avant la campagne entre les transformateurs et les offices provinciaux de commercialisation.

- Deux types de programmes de retrait des excédents seraient mis en place. Le premier, l'achat des excédents à l'intérieur des contingents, serait financé par des prélèvements imposés à tous les producteurs canadiens; ces prélèvements seraient ajoutés au prix établi à partir du coût de production. Dans le deuxième, celui du retrait des excédents dépassant les contingents, le coût du retrait serait assumé par ceux qui sont responsables de l'accumulation des excédents.

- Un accord bilatéral entre le Canada et les États-Unis serait négocié et fixerait les quantités de pommes de terre qui pourraient être vendues aux États-Unis et achetées de ce pays.

Analyse de la proposition par le Comité

- **Les preuves présentées aux audiences laissent croire qu'il existe une distinction claire entre les divers segments du secteur, c'est-à-dire de transformation, de consommation et de semence.** Les preuves présentées par de nombreux intervenants ont convaincu le Comité que le secteur de la pomme de terre de transformation est géré d'une façon fondamentalement différente de ceux de la pomme de terre de consommation et de semence. La proposition du Groupe de travail n'indique pas adéquatement la façon dont ces différences seraient prises en considération dans le programme de mise en marché.

- **L'importance du marché d'exportation a été soulignée tout au long des audiences.** Pour continuer à étendre ses ventes à l'exportation, le secteur de la transformation doit disposer d'approvisionnements en pommes de terre à un prix compétitif. De la même façon, les producteurs de pommes de terre de consommation et de semence, en particulier ceux de l'Île-du-Prince-Édouard et du Nouveau-Brunswick, doivent conserver leur accès au marché américain et y pratiquer des prix concurrentiels. Le Groupe de travail a essayé de tenir compte des préoccupations des transformateurs, ainsi que des exportateurs de pommes de terre de semence et de consommation en proposant la mise en place d'un système de contingents à l'exportation et d'un système de prix mixte ou de double prix. Toutefois, d'après les preuves présentées, le Comité croit que les propositions du Groupe de travail ne résoudraient pas le problème de l'imposition éventuelle de mesures compensatoires ou antidumping par les États-Unis.

- **Les intervenants ont souligné la nécessité d'un mécanisme souple d'attribution des contingents de pommes de terre de consommation, de semence et de transformation.** Ils ont aussi fait état du passage qui se produit entre les pommes de terre de consommation et celle de semence; entre les pommes de terre de consommation, de semence et de fabrication de frites dans l'Est du Canada; et, dans certains cas, entre les pommes de terre de consommation et les pommes de terre destinées à la fabrication de croustilles.

  Le Groupe de travail admet qu'il existe une relation entre les trois types de pommes de terre. Il est conscient que le secteur de la fabrication des croustilles ainsi que celui des frites fonctionnent raisonnablement bien et que leurs contrats de pré-plantation pourraient servir de base à l'attribution de contingents. Il admet également que la plupart des problèmes de mise en marché du secteur touchent les producteurs de pommes de terre de consommation et de semence. Toutefois, le Groupe de travail n'a pas présenté de preuve convaincante qu'il faille appliquer les mêmes mécanismes de contrôle à toute la production pour enrayer le "chaos" qui règne dans le marché de la pomme de

terre de consommation et qu'ont décrit les intervenants durant les audiences.

- **Il existe d'importantes différences régionales dans la production et la commercialisation de la pomme de terre au Canada.** L'analyse des preuves présentées dans les chapitres III à V du présent rapport confirme l'existence de différences comme les variations entre les rendements, les pratiques de conclusion de contrats et les techniques de mise en marché. La proposition du Groupe de travail ne s'attache pas suffisament à ces différences et n'indique pas comment l'organisme national réglerait les questions découlant de ces différences.

- **La plupart des intervenants partagent l'idée du Groupe de travail voulant que le prix soit mû par le marché.** Le Groupe de travail a aussi proposé d'établir un prix cible calculé à partir d'une formule de coût de production. Toutefois, il n'a pas fourni de description claire de la façon dont ce mécanisme fonctionnerait ni d'arguments prouvant qu'il serait suffisamment souple pour que le prix soit fonction du marché. Il n'a pas non plus montré comment le mécanisme proposé serait adapté aux variations de la production et à la situation des marchés.

- **Le Groupe de travail a proposé que, dans la fixation des prix de la pomme de terre de consommation et de semence, l'organisme devrait tenter de couvrir le coût de production provincial majoré d'un bénéfice raisonnable.** Il a également fait savoir que le programme de retrait des "excédents à l'intérieur des contingents" serait un outil permettant d'arriver à un prix stable. Le Groupe de travail a proposé d'inclure, dans la formule de coût de production, le coût du retrait des excédents à l'intérieur des contingents, ce qui permettrait de le répercuter à la consommation. Les preuves présentées par de nombreux intervenants soutiennent le principe que ce coût devrait être assumé par les producteurs et non par les consommateurs.

ANNEXE A

STATISTIQUES

A-I Fermes déclarant produire des pommes de terre, classées selon la superficie - Canada et les provinces - Recensement 1986

A-II Exploitations déclarant produire des pommes de terre - Recensement du Canada - 1981 et 1986

A-III Exploitations de superficie inférieure à 5 acres - 1981 et 1986

A-IV Exploitations produisant des pommes de terre, selon la superficie - 1981 et 1986

A-V Production commercialisée - 1976-1980 et 1981-1985

A-VI Rendement à l'acre - Provinces choisies - 1976 à 1985

A-VII Prix moyen pour des provinces choisies et les É.-U. - 1976 à 1985

A-VIII Production commercialisée de pommes de terre par provinces - 1976-1980 et 1981-1985

A-IX Statistiques canadiennes sur les pommes de terre

TABLEAU A-I

FERMES DÉCLARANT PRODUIRE DES POMMES DE TERRE, CLASSÉES SELON LA SUPERFICIE
CANADA ET LES PROVINCES, RECENSEMENT DE 1986

	Fermes déclarant produire des pommes de terre	% du nombre total de fermes	Acres ensemencés	Acres ensemencés en p. de t.	% de la superficie totale
CANADA					
1-4 acres	2 049	41,9	3 651	2	1,3
5-100 acres	2 070	42,4	70 471	34	25,6
101-200 acres	439	9,0	66 305	151	24,1
201 acres et plus	327	6,7	135 162	413	49,0
TOTAL	4 885	100,0	275 589	56	100,0
Terre-Neuve					
1-4 acres	130	83,3	237	2	40,4
5-100 acres	26	16,7	349	13	59,6
101-200 acres	-	-	-	-	-
201 acres et plus	-	-	-	-	-
TOTAL	156	100,0	586	4	100,0
I.-P.-É.					
1-4 acres	64	9,8	133	2	0,2
5-100 acres	404	61,6	15 279	38	23,8
101-200 acres	102	15,5	15 509	152	24,2
201 acres et plus	86	13,1	33 298	387	51,9
TOTAL	656	100,0	64 219	98	100,0
Nouvelle-Écosse					
1-4 acres	96	62,3	178	2	4,4
5-100 acres	47	30,5	1 470	31	36,4
101-200 acres	8	5,2	1 154	144	28,6
201 acres et plus	3	1,9	1 231	410	30,5
TOTAL	154	100,0	4 033	26	100,0

TABLEAU A-I (suite)

FERMES DÉCLARANT PRODUIRE DES POMMES DE TERRE, CLASSÉES SELON LA SUPERFICIE
CANADA ET LES PROVINCES, RECENSEMENT DE 1986

	Fermes déclarant produire des pommes de terre	% du nombre total de fermes	Acres ensemencés	Acres ensemencés en p. de t.	% de la superficie totale
Nouveau-Brunswick					
1-4 acres	109	19,9	182	2	0,4
5-100 acres	271	49,5	13 656	50	28,2
101-200 acres	116	21,2	18 092	156	37,3
201 acres et plus	51	9,3	16 536	324	34,1
TOTAL	547	100,0	48 466	89	100,0
Québec					
1-4 acres	570	45,5	1 039	2	2,4
5-100 acres	559	44,6	17 747	32	41,6
101-200 acres	89	7,1	12 384	139	29,0
201 acres et plus	36	2,9	11 503	320	27,0
TOTAL	1 254	100,0	42 673	34	100,0
Ontario					
1-4 acres	662	56,8	1 142	2	3,3
5-100 acres	415	35,6	11 122	27	31,8
101-200 acres	44	3,8	6 892	157	19,7
201 acres et plus	44	3,8	15 784	359	45,2
TOTAL	1 165	100,0	34 940	30	100,0
Manitoba					
1-4 acres	53	26,0	108	2	0,2
5-100 acres	55	27,0	2 212	40	4,8
101-200 acres	26	12,7	4 221	162	9,1
201 acres et plus	70	34,3	39 876	570	85,9
TOTAL	204	100,0	46 417	228	100,0

TABLEAU A-I (suite)

FERMES DÉCLARANT PRODUIRE DES POMMES DE TERRE, CLASSÉES SELON LA SUPERFICIE
CANADA ET LES PROVINCES, RECENSEMENT DE 1986

	Fermes déclarant produire des pommes de terre	% du nombre total de fermes	Acres ensemencés	Acres ensemencés en p. de t.	% de la superficie totale
Saskatchewan					
1-4 acres	72	49,0	136	2	3,4
5-100 acres	65	44,2	1 747	27	44,3
101-200 acres	8	5,4			
201 acres et plus	2	1,4			
TOTAL	147	100,0	3 943	27	100,0
Alberta					
1-4 acres	125	46,8	219	2	1,0
5-100 acres	82	30,7	2 362	29	10,5
101-200 acres	26	9,7	4 020	155	17,9
201 acres et plus	34	12,7	15 849	466	70,6
TOTAL	267	100,0	22 450	84	100,0
Colombie-Britannique					
1-4 acres	168	50,1	277	2	3,5
5-100 acres	146	43,6	4 527	31	57,6
101-200 acres	20	6,0			
201 acres et plus	1	0,3			
TOTAL	335	100,0	7 862	23	100,0

TABLEAU A-II

EXPLOITATIONS DÉCLARANT PRODUIRE DES POMMES DE TERRE
RECENSEMENT DU CANADA, 1981 et 1986

Province	1981		1986		Changement en %	
	Nombre de fermes	Superficie	Nombre de fermes	Superficie	Nombre de fermes	Superficie
Î.-P.-É.	823	63 878	656	64 219	- 20	+0,5
N.-B.	740	53 793	547	48 466	- 26	- 10
Manitoba	271	40 916	204	46 417	- 25	+ 13
Québec	2 170	42 432	1 254	42 673	- 42	-
Ontario	1 711	39 115	1 165	34 940	- 32	- 11
Alberta	277	16 628	267	22 450	- 4	+ 35
C.-B.	450	8 673	335	7 862	- 25	- 9
N.-É.	302	3 818	154	4 033	- 49	+ 7
Saskatchewan	159	2 497	147	3 943	- 7	+ 58
T.-N.	236	978	156	586	- 34	- 40
	7 139	272 728	4 885	275 589	- 32	+ 1

TABLEAU A-III

EXPLOITATIONS DE SUPERFICIE INFÉRIEURE À 5 ACRES
1981 et 1986

	1981		1986		
	Moins de 5 acres	Superficie totale	Moins de 5 acres	Superficie totale	Changement en %
Î.-P.-É	110	232	64	133	- 42
N.-B.	189	323	109	182	- 42
Manitoba	117	200	53	108	- 55
Québec	1 331	2 265	570	1 039	- 57
Ontario	1 130	1 704	662	1 142	- 41
Alberta	143	216	125	219	- 12
C.-B.	277	386	168	277	- 39
N.-É	227	306	96	178	- 58
Saskatchewan		NON DISPONIBLE			
T.-N.	186	316	130	237	- 30
Canada	3 710	5 948	2 049	3 651	- 45

TABLEAU A-IV

EXPLOITATIONS PRODUISANT DES POMMES DE TERRE, SELON LA SUPERFICIE
1981 et 1986

	(1) 1981 5 à 92 acres				(1) 1986 5 à 100 acres				(1) 1981 93 acres et plus				(1) 1986 101 acres et plus			
	Nombre de fermes	Superficie totale	% de la superficie provinciale	Superficie moyenne/ferme	Nombre de fermes	Superficie totale	% de la superficie provinciale	Superficie moyenne/ferme	Nombre de fermes	Superficie totale	% de la superficie provinciale	Superficie moyenne/ ferme	Nombre de fermes	Superficie totale	% de la superficie provinciale	Superficie moyenne/ferme
I.-P.-É.	521	16 866	26,4	32,4	404	15 279	23,8	38	192	46 780	73,2	243,6	188	48 807	75,9	259,6
N.-B.	331	13 358	24,8	40,3	271	13 656	28,2	50	220	40 112	74,5	182,3	167	34 628	71,4	207,3
Manitoba	66	2 429	5,9	36,8	55	2 212	4,8	40	88	38 287	93,6	435,1	96	44 097	95,0	459,3
Québec	712	17 640	41,5	24,8	559	17 747	41,6	32	127	22 327	52,5	175,8	125	23 887	55,9	191,1
Ontario	477	10 979	26,8	23,0	415	11 122	31,8	27	104	26 432	64,6	254,1	88	22 676	64,9	257,7
Alberta (3)	81	1 978	11,9	24,4	82	2 362	10,5	29	53	14 434	86,8	272,3	60	19 869	88,5	331,1
C.-B.	149	4 578	52,8	30,8	146	4 527	57,6	31	24	3 692	42,6	153,8	21	3 058	38,9	145,5
N.-É. (2)(3)	69	1 765	46,2	25,6	47	1 470	36,4	31	6	1 747	45,7	291,1	11	2 385	59,4	216,8
Saskatchewan	69	S/O	59,2	21,7	65	1 747	44,3	27	9	1 070	42,8	118,9	10	2 060	52,2	206,0
T.-N.	42	662	67,7	15,8	26	349	59,6	13	-	-	-	-	-	-	-	-
CANADA	2 517			28,7	2 070			34,0	823			235,7	766			263,0

NOTE: (1) Le Recensement de 1981 répartit les fermes entre les catégories 5 à 92 acres et 93 acres et plus, tandis que celui de 1986 utilise les catégories 5 à 100 acres et 101 acres et plus.

(2) Les données de 1981 pour la Saskatchewan proviennent d'un calcul résiduel car Statistique Canada ne publie pas les renseignements correspondants.

(3) Les données de 1986 pour les fermes de 101 acres et plus en C.-B. et en Saskatchewan proviennent d'un calcul résiduel car Statistique Canada ne publie pas les renseignements correspondants.

Source: Recensement du Canada, 1981 et 1986.

TABLEAU A-V

PRODUCTION COMMERCIALISÉE

	1976-80	1981-85
	(en milliers de quintaux)	
Î.-P.-É.	10 528	12 770
N.-B.	10 087	9 927
Manitoba	6 242	6 080
Québec	7 195	7 196
Ontario	8 251	7 195
Alberta	3 898	4 381
C.-B.	2 271	1 477
N.-É.	573	707
Saskatchewan	396	469
T.-N.	56	61
Canada	49 497	50 263

TABLEAU A-VI

RENDEMENT À L'ACRE
PROVINCES CHOISIES
1976 À 1985

	Î.-P.É	N.-B.	Qué.	Ont.	Man.	Alt.	C.-B.	Can.
			(en quintaux)					
1976	241	201	167	208	122	222	239	188
1977	215	195	193	224	149	218	255	197
1978	221	211	178	209	184	206	220	193
1979	255	234	205	205	168	225	260	205
1980	228	223	188	197	160	256	240	196
1981	253	246	177	200	168	229	190	193
1982	263	242	194	205	147	235	230	203
1983	250	217	148	195	144	238	220	192
1984	265	220	192	191	145	228	230	201
1985	240	260	211	205	190	230	240	215

TABLEAU A-VII

PRIX MOYEN
POUR DES PROVINCES CHOISIES ET LES É.-U.
1976 à 1985

	Î.-P.-E.	N.-B.	Qué.	Ont.	Man.	Alt.	C.-B.	Can.	É.-U.[1]
				(en dollars)					
1976	4,38	3,95	3,89	3,92	3,13	3,95	3,50	3,96	3,53
1977	2,45	2,54	4,12	3,04	3,67	4,68	3,90	3,25	3,77
1978	3,34	2,92	3,90	4,00	3,61	4,31	5,90	3,69	3,85
1979	2,76	2,61	3,31	3,16	3,61	4,18	3,95	3,20	4,03
1980	8,78	7,20	7,12	7,87	5,32	5,20	8,69	7,34	7,65
1981	4,78	4,58	5,99	6,20	5,26	5,40	8,39	5,42	6,50
1982	4,41	4,39	5,18	4,44	5,76	4,85	6,92	4,91	5,49
1983	7,94	6,91	7,82	7,82	6,06	5,75	7,46	2,32	7,17
1984	5,06	5,36	5,36	6,76	6,14	5,50	6,88	5,70	7,37
1985	3,30	3,36	4,12	5,26	5,71	4,75	5,52	4,26	5,35

1) Source: Potato Statistical Yearbook, 1987, US National Potato Council.
En dollars canadiens.

TABLEAU A-VIII
PRODUCTION COMMERCIALISÉE DE POMMES DE TERRE PAR PROVINCE
1976-80 et 1981-85

TERRE-NEUVE

	1976-80 (quintaux)	% du marché prov.	% du marché nat.	1981-85 (quintaux)	% du marché prov.	% du marché nat.
CONS-LOCAL	54 964	97,90%	0,49%	55 212	90,30%	0,54%
CONS-INTERPROV.						
CONS-INTÉR.	54 964	97,90%	0,32%	55 212	90,30%	0,33%
CONS-EXPORT.						
CONS-TOTAL	54 964	97,90%	0,29%	55 212	90,30%	0,28%
SEM.-LOCAL	1 117	2,10%	0,03%	5 928	9,70%	0,14%
SEM.-INTERPROV.						
SEM.-INTÉR.	1 117	2,10%	0,03%	5 928	9,70%	0,11%
SEM.-EXPORT.						
SEM.-TOTAL	1 117	2,10%	0,02%	5 928	9,70%	0,08%
TRANSFORMATION						
MARCHÉ TOTAL	56 141	100,00%	0,11%	61 140	100,00%	0,12%

ÎLE-DU-PRINCE-ÉDOUARD

	1976-80 (quintaux)	% du marché prov.	% du marché nat.	1981-85 (quintaux)	% du marché prov.	% du marché nat.
CONS-LOCAL	S/O	-	S/O	0	-	-
CONS-INTERPROV.	4 129 298	39,22%	70,99%	5 214 265	40,83%	81,75%
CONS-INTÉR.	4 129 298	39,22%	24,09%	5 214 265	40,83%	31,51%
CONS-EXPORT.	1 490 933	14,16%	70,26%	1 918 886	15,03%	56,31%
CONS-TOTAL	5 620 231	53,38%	29,18%	7 133 151	55,86%	35,75%
SEM.-LOCAL	1 080 000	10,26%	28,11%	1 429 400	11,19%	33,52%
SEM.-INTERPROV.	375 418	3,57%	48,49%	444 816	3,48%	48,84%
SEM.-INTÉR.	1 455 418	13,82%	31,52%	1 874 216	14,68%	36,22%
SEM.-EXPORT.	1 501 171	14,26%	57,83%	1 437 003	11,25%	57,78%
SEM.-TOTAL	2 956 589	28,08%	40,99%	3 311 220	25,93%	43,22%
TRANSFORMATION	1 951 315	18,53%	8,48%	2 325 500	18,21%	10,27%
MARCHÉ TOTAL	10 528 135	100,00%	21,27%	12 769 871	100,00%	25,41%

NOUVELLE-ÉCOSSE

	1976-80 (quintaux)	% du marché prov.	% du marché nat.	1981-85 (quintaux)	% du marché prov.	% du marché nat.
CONS-LOCAL	170 333	29,75%	1,50%	315 936	44,66%	3,11%
CONS-INTERPROV.	0	-	-	0	-	-
CONS-INTÉR.	170 333	29,75%	0,99%	315 936	44,66%	1,91%
CONS-EXPORT.	1 713	0,30%	0,08%	1 065	0,15%	0,03%
CONS-TOTAL	172 045	30,05%	0,89%	317 001	44,81%	1,59%
SEM.-LOCAL	55 026	9,61%	7,11%	31 693	4,48%	3,48%
SEM.-INTERPROV.						
SEM.-INTÉR.	55 026	9,61%	1,19%	31 693	4,48%	0,61%
SEM.-EXPORT.	1 729	0,30%	0,07%	508	0,07%	0,02%
SEM.-TOTAL	56 755	9,91%	0,79%	32 200	4,55%	0,42%
TRANSFORMATION	343 800	60,04%	1,48%	358 200	50,64%	1,58%
MARCHÉ TOTAL	572 600	100,00%	1,16%	707 401	100,00%	1,41%

SOURCE: Profil du secteur canadien de la pomme de terre

TABLEAU A-VIII (suite)

NOUVEAU-BRUNSWICK

	1976-80 (quintaux)	% du marché prov.	% du marché nat.	1981-85 (quintaux)	% du marché prov.	% du marché nat.
CONS-LOCAL	S/O	-	-	S/O	-	-
CONS-INTERPROV.	1 355 462	13,44%	23,30%	859 313	8,66%	13,47%
CONS-INTÉR.	1 355 462	13,44%	7,91%	859 313	8,66%	5,19%
CONS-EXPORT.	371 397	3,68%	17,50%	1 269 395	12,79%	37,25%
CONS-TOTAL	1 726 859	17,12%	8,97%	2 128 708	21,44%	10,67%
SEM.-LOCAL	840 562	8,33%	21,87%	917 004	9,24%	21,51%
SEM.-INTERPROV.	358 600	3,56%	46,32%	451 732	4,55%	49,60%
SEM.-INTÉR.	1 199 161	11,89%	25,97%	1 368 736	13,79%	26,45%
SEM.-EXPORT.	1 011 511	10,03%	38,97%	860 568	8,67%	34,60%
SEM.-TOTAL	2 210 673	21,92%	30,65%	2 229 304	22,46%	29,10%
TRANSFORMATION	6 149 128	60,96%	26,71%	5 568 769	56,10%	24,59%
MARCHÉ TOTAL	10 086 659	100,00%	20,38%	9 926 780	100,00%	19,75%

QUÉBEC

	1976-80 (quintaux)	% du marché prov.	% du marché nat.	1981-85 (quintaux)	% du marché prov.	% du marché nat.
CONS-LOCAL	4 471 017	62,14%	39,49%	4 426 114	61,50%	43,53%
CONS-INTERPROV.	80 336	1,12%	1,38%	115 898	1,61%	1,82%
CONS-INTÉR.	4 551 353	63,26%	26,56%	4 542 012	63,11%	27,45%
CONS-EXPORT.	82 994	1,15%	3,91%	85 035	1,18%	2,50%
CONS-TOTAL	4 634 347	64,41%	24,06%	4 627 048	64,30%	23,19%
SEM.-LOCAL	473 169	6,58%	61,11%	532 087	7,39%	58,42%
SEM.-INTERPROV.						
SEM.-INTÉR.	473 169	6,58%	10,25%	532 087	7,39%	10,28%
SEM.-EXPORT.	150	0,00%	0,01%	258	0,00%	0,01%
SEM.-TOTAL	473 319	6,58%	6,56%	532 345	7,40%	6,95%
TRANSFORMATION	2 087 284	29,01%	9,07%	2 037 065	28,31%	8,99%
MARCHÉ TOTAL	7 194 950	100,00%	14,54%	7 196 458	100,00%	14,32%

ONTARIO

	1976-80 (quintaux)	% du marché prov.	% du marché nat.	1981-85 (quintaux)	% du marché prov.	% du marché nat.
CONS-LOCAL	3 798 553	46,04%	33,55%	2 594 424	36,06%	25,52%
CONS-INTERPROV.	31 372	0,38%	0,54%	14 312	0,20%	0,22%
CONS-INTÉR.	3 829 925	46,42%	22,35%	2 608 736	36,26%	15,77%
CONS-EXPORT.	156 815	1,90%	7,39%	129 923	1,81%	3,81%
CONS-TOTAL	3 986 740	48,32%	20,70%	2 738 659	38,07%	13,73%
SEM.-LOCAL	352 989	4,28%	9,19%	257 834	3,58%	6,05%
SEM.-INTERPROV.						
SEM.-INTÉR.	352 989	4,28%	7,65%	257 834	3,58%	4,98%
SEM.-EXPORT.	17 759	0,22%	0,68%	1 892	0,03%	0,08%
SEM.-TOTAL	370 748	4,49%	5,14%	259 726	3,61%	3,39%
TRANSFORMATION	3 893 113	47,19%	16,91%	4 196 215	58,32%	18,53%
MARCHÉ TOTAL	8 250 600	100,00%	16,67%	7 194 600	100,00%	14,31%

SOURCE: Profil du secteur canadien de la pomme de terre

TABLEAU A-VIII (suite)

MANITOBA

	1976-80 (quintaux)	% du marché prov.	% du marché nat.	1981-85 (quintaux)	% du marché prov.	% du marché nat.
CONS-LOCAL	491 000	7,87%	4,34%	586 298	9,64%	5,77%
CONS-INTERPROV.	62 436	1,00%	1,07%	71 060	1,17%	1,11%
CONS-INTÉR.	533 436	8,87%	3,23%	657 358	10,81%	3,97%
CONS-EXPORT.	0					
CONS-TOTAL	553 436	8,87%	2,87%	657 358	10,81%	3,29%
SEM.-LOCAL	507 146	8,12%	13,20%	465 157	7,65%	10,91%
SEM.-INTERPROV.	12 213	0,20%	1,58%	9 583	0,16%	1,05%
SEM.-INTÉR.	519 359	8,32%	11,25%	474 740	7,81%	9,17%
SEM.-EXPORT.	0	-	-	1 086	0,02%	0,04%
SEM.-TOTAL	519 359	8,32%	7,20%	475 826	7,83%	6,21%
TRANSFORMATION	5 169 764	82,81%	22,45%	4 946 891	81,36%	21,84%
MARCHÉ TOTAL	6 242 559	100,00%	12,61%	6 080 075	100,00%	12,10%

SASKATCHEWAN

	1976-80 (quintaux)	% du marché prov.	% du marché nat.	1981-85 (quintaux)	% du marché prov.	% du marché nat.
CONS-LOCAL	354 205	89,39%	3,13%	389 363	83,09%	3,83%
CONS-INTERPROV.	18 018	4,55%	0,31%	17 396	3,71%	0,27%
CONS-INTÉR.	372 223	93,93%	2,17%	406 759	86,80%	2,46%
CONS-EXPORT.						
CONS-TOTAL	372 223	93,93%	1,93%	406 759	86,80%	2,04%
SEM.-LOCAL	24 042	6,07%	0,63%	61 841	13,20%	1,45%
SEM.-INTERPROV.						
SEM.-INTÉR.	24 042	6,07%	0,52%	61 841	13,20%	1,20%
SEM.-EXPORT.				1	0,00%	0,00%
SEM.-TOTAL	24 042	6,07%	0,33%	61 841	13,20%	0,81%
TRANSFORMATION						
MARCHÉ TOTAL	396 265	100,00%	0,80%	468 600	100,00%	0,93%

ALBERTA

	1976-80 (quintaux)	% du marché prov.	% du marché nat.	1981-85 (quintaux)	% du marché prov.	% du marché nat.
CONS-LOCAL	626 098	16,06%	5,53%	743 718	16,98%	7,31%
CONS-INTERPROV.	84 020	2,16%	1,44%	66 850	1,53%	1,05%
CONS-INTÉR.	710 118	18,22%	4,14%	810 568	18,50%	4,90%
CONS-EXPORT.	18 216	0,47%	0,86%	2 931	0,07%	0,09%
CONS-TOTAL	728 334	18,68%	3,78%	813 499	18,57%	4,08%
SEM.-LOCAL	247 782	6,36%	6,45%	362 391	8,27%	8,50%
SEM.-INTERPROV.						
SEM.-INTÉR.	247 782	6,36%	5,37%	362 391	8,27%	7,00%
SEM.-EXPORT.	25 626	0,66%	0,99%	147 427	3,37%	5,93%
SEM.-TOTAL	273 408	7,01%	3,79%	509 818	11,64%	6,65%
TRANSFORMATION	2 896 652	74,30%	12,58%	3 057 883	69,80%	13,50%
MARCHÉ TOTAL	3 898 394	100,00%	7,88%	4 381 200	100,00%	8,72%

SOURCE: Profil du secteur canadien de la pomme de terre

TABLEAU A-VIII (suite)

COLOMBIE-BRITANNIQUE

	1976-80 (quintaux)	% du marché prov.	% du marché nat.	1981-85 (quintaux)	% du marché prov.	% du marché nat.
CONS-LOCAL	1 355 590	59,68%	11,97%	1 056 438	71,52%	10,39%
CONS-INTERPROV.	55 710	2,45%	0,96%	19 242	1,30%	0,30%
CONS-INTÉR.	1 411 300	62,14%	8,23%	1 075 680	72,82%	6,50%
CONS-EXPORT.	0	-	-	435	0,03%	0,01%
CONS-TOTAL	1 411 300	62,14%	7,33%	1 076 114	72,85%	5,39%
SEM.-LOCAL	260 756	11,48%	6,79%	200 653	13,58%	4,71%
SEM.-INTERPROV.	28 001	1,23%	3,62%	4 627	0,31%	0,51%
SEM.-INTÉR.	288 758	12,71%	6,25%	205 280	13,90%	3,97%
SEM.-EXPORT.	37 998	1,67%	1,46%	38 149	2,58%	1,53%
SEM.-TOTAL	326 756	14,39%	4,53%	243 429	16,48%	3,18%
TRANSFORMATION	533 254	23,48%	2,32%	157 614	10,67%	0,70%
MARCHÉ TOTAL	2 271 310	100,00%	4,59%	1 477 157	100,00%	2,94%

CANADA

	1976-80 (quintaux)	% du marché prov.	% du marché nat.	1981-85 (quintaux)	% du marché prov.	% du marché nat.
CONS-LOCAL	11 321 759	22,87%		10 167 503	20,23%	
CONS-INTERPROV.	5 816 652	11,75%		6 378 336	12,69%	
CONS-INTÉR.	17 138 411	34,62%		16 545 838	32,92%	
CONS-EXPORT.	2 122 068	4,29%		3 407 670	6,78%	
CONS-TOTAL	19 260 479	38,91%		19 953 508	30,70%	
SEM.-LOCAL	3 842 669	7,76%		4 263 986	8,48%	
SEM.-INTERPROV.	774 232	1,56%		910 759	1,81%	
SEM.-INTÉR.	4 616 901	9,33%		5 174 745	10,30%	
SEM.-EXPORT.	2 595 944	5,24%		2 486 892	4,95%	
SEM.-TOTAL	7 212 845	14,57%		7 661 637	15,24%	
TRANSFORMATION	23 024 309	46,52%		22 648 137	45,06%	
MARCHÉ TOTAL	49 497 613	100,00%		50 263 283	100,00%	

SOURCE: Profil du secteur canadien de la pomme de terre

TABLEAU A-IX

STATISTIQUES CANADIENNES SUR LES POMMES DE TERRE

ENSEMBLE DU CANADA

ANNÉE	SUPERFICIE (acres)	PRIX ($ le quintal)	REND./ACRE (quintaux)	VALEUR/ ACRE $	QTÉ TOTALE VENDUE (quintaux)
1976	263,970	3.96	188	744.48	49,637,266
1977	276,690	3.25	197	639.60	48,898,157
1978	273,020	3.69	193	713.28	48,672,661
1979	278,700	3.20	205	655.36	50,963,948
1980	265,000	7.34	196	1,435.70	48,003,935
1981	273,100	5.42	194	1,050.40	50,668,157
1982	280,200	4.91	203	994.77	49,978,326
1983	279,300	7.32	192	1,403.24	48,097,095
1984	290,600	5.70	201	1,146.27	50,973,199
1985	301,900	4.26	215	914.20	53,087,960

SEGMENTATION DES VENTES

	DE CONSOMMATION				DE SEMENCE					
ANNÉE	INTÉRIEURES	EXPORTATIONS	TOTAL	%	INTÉRIEURES	EXPORTATIONS	TOTAL	%	UTIL. LOCALE ET TRANSF.	%
	(quintaux)				(quintaux)				(quintaux)	
1976	16,589,506	4,101,782	20,691,288	42%	3,264,404	2,539,848	5,804,252	12%	22,967,496	46%
1977	18,050,777	809,473	18,860,250	39%	3,586,061	2,218,598	5,804,659	12%	24,058,028	49%
1978	16,839,308	936,313	17,775,621	37%	3,766,960	2,074,250	5,841,210	12%	24,807,931	51%
1979	17,431,861	2,287,650	19,719,511	39%	5,013,031	2,703,261	7,716,292	15%	23,380,415	46%
1980	16,780,602	2,475,122	19,255,724	40%	5,101,293	3,418,137	8,519,430	18%	19,907,675	41%
1981	16,573,889	3,637,300	20,211,189	40%	5,048,375	2,947,085	7,995,460	16%	21,997,108	43%
1982	17,336,106	3,457,442	20,793,548	42%	5,011,437	2,195,713	7,207,150	14%	21,750,038	44%
1983	16,085,775	2,848,767	18,934,542	39%	5,073,427	2,498,840	7,572,267	16%	21,390,026	44%
1984	15,668,556	4,075,766	19,744,322	39%	5,010,060	2,723,243	7,733,303	15%	23,124,568	45%
1985	17,064,868	3,019,076	20,083,944	38%	5,730,428	2,069,577	7,800,005	15%	24,978,943	47%

SOURCE: Profil du secteur canadien de la pomme de terre

TABLEAU A-IX (suite)

STATISTIQUES CANADIENNES SUR LES POMMES DE TERRE

TERRE-NEUVE

ANNÉE	SUPERFICIE (acres)	PRIX ($ le quintal)	REND./ACRE (quintaux)	VALEUR/ ACRE $	QTÉ TOTALE VENDUE (quintaux)
1976	1,170	7.62	106	807.72	51,709
1977	1,190	5.88	108	635.04	54,969
1978	1,120	6.12	121	740.52	55,020
1979	1,100	7.10	128	908.80	60,855
1980	1,000	12.00	92	1,104.00	54,620
1981	1,000	8.25	125	1,031.25	59,155
1982	800	10.00	120	1,200.00	61,707
1983	700	13.00	130	1,690.00	56,352
1984	700	11.00	140	1,540.00	61,696
1985	600	11.90	150	1,785.00	66,792

SEGMENTATION DES VENTES

DE CONSOMMATION				DE SEMENCE			
ANNÉE	INTÉRIEURES	EXPORTATIONS	TOTAL	INTÉRIEURES	EXPORTATIONS	TOTAL	UTIL. LOCALE ET TRANSF.
	(quintaux)		%	(quintaux)		%	%
1976	51,709		51,709 100%	SO		0 0%	0%
1977	54,969		54,969 100%	SO		0 0%	0%
1978	55,020		55,020 100%	SO		0 0%	0%
1979	59,953		59,953 99%	902		902 1%	0%
1980	53,168		53,168 97%	1,452		1,452 3%	0%
1981	56,464		56,464 95%	2,691		2,691 5%	0%
1982	58,674		58,674 95%	3,033		3,033 5%	0%
1983	48,216		48,216 86%	8,136		8,136 14%	0%
1984	55,312		55,312 90%	6,384		6,384 10%	0%
1985	57,395		57,395 86%	9,397		9,397 14%	0%

SOURCE: Profil du secteur canadien de la pomme de terre

TABLEAU A-IX (suite)

STATISTIQUES CANADIENNES SUR LES POMMES DE TERRE

Î.-P.-É.

ANNÉE	SUPERFICIE (acres)	PRIX ($ le quintal)	REND./ACRE (quintaux)	VALEUR/ ACRE $	QTÉ TOTALE VENDUE (quintaux)
1976	51,600	4.38	241	1,055.58	11,056,595
1977	55,000	2.45	215	526.75	9,182,859
1978	56,000	3.34	221	738.14	9,759,596
1979	61,000	2.76	255	703.80	11,517,429
1980	58,000	8.78	228	2,001.84	11,124,197
1981	64,000	4.78	253	1,209.34	13,114,902
1982	69,000	4.41	263	1,159.83	12,491,497
1983	70,000	7.94	250	1,985.00	12,943,829
1984	72,000	5.06	265	1,340.90	14,193,517
1985	76,000	3.30	240	792.00	11,105,609

SEGMENTATION DES VENTES

	DE CONSOMMATION				DE SEMENCE					
ANNÉE	INTÉRIEURES	EXPORTATIONS	TOTAL	%	INTÉRIEURES	EXPORTATIONS	TOTAL	%	UTIL. LOCALE ET TRANSF.	%
	(quintaux)				(quintaux)				(quintaux)	
1976	3,047,018	3,478,721	6,525,739	59%	1,193,927	1,366,757	2,560,684	23%	1,970,172	18%
1977	4,199,270	523,007	4,722,277	51%	1,441,408	1,191,141	2,632,549	29%	1,828,033	20%
1978	4,464,900	635,271	5,100,171	52%	1,397,866	1,229,650	2,627,516	27%	2,031,909	21%
1979	4,353,591	1,548,456	5,902,047	51%	1,492,962	1,551,469	3,044,431	26%	2,570,951	22%
1980	4,581,711	1,269,212	5,850,923	53%	1,750,926	2,166,838	3,917,764	35%	1,355,510	12%
1981	5,548,935	1,929,764	7,478,699	57%	1,981,531	1,709,672	3,691,203	28%	1,945,000	15%
1982	4,718,970	2,212,548	6,931,518	55%	1,874,065	1,288,414	3,162,479	25%	2,397,500	19%
1983	5,144,614	2,058,639	7,203,253	56%	1,848,301	1,642,775	3,491,076	27%	2,249,500	17%
1984	5,944,361	2,154,162	8,098,523	57%	2,013,199	1,527,795	3,540,994	25%	2,554,000	18%
1985	4,714,444	1,239,319	5,953,763	54%	1,653,986	1,016,360	2,670,346	24%	2,481,500	22%

SOURCE: Profil du secteur canadien de la pomme de terre

TABLEAU A-IX (suite)

STATISTIQUES CANADIENNES SUR LES POMMES DE TERRE

NOUVELLE-ÉCOSSE

ANNÉE	SUPERFICIE (acres)	PRIX ($ le quintal)	REND./ACRE (Quintaux)	VALEUR/ ACRE	QTÉ TOTALE $ VENDUE (quintaux)
1976	3,700	4.75	154	731.50	513,000
1977	3,800	3.10	164	508.40	561,000
1978	3,800	4.05	171	692.55	571,000
1979	3,900	3.51	182	638.82	568,000
1980	4,000	6.50	182	1,183.00	650,000
1981	3,800	7.70	195	1,501.50	659,000
1982	4,000	6.56	200	1,312.00	740,000
1983	3,900	6.48	205	1,328.40	647,000
1984	4,100	5.92	210	1,243.20	804,000
1985	4,200	5.74	190	1,090.60	687,006

SEGMENTATION DES VENTES

	DE CONSOMMATION				DE SEMENCE					
ANNÉE	INTÉRIEURES	EXPORTATIONS	TOTAL	%	INTÉRIEURES	EXPORTATIONS	TOTAL	%	UTIL. LOCALE ET TRANSF.	%
	(quintaux)				(quintaux)				(quintaux)	
1976	133,096	2,904	136,000	27%	55,459	2,541	58,000	11%	319,000	62%
1977	168,061	939	169,000	30%	55,148	2,852	58,000	10%	334,000	60%
1978	138,333	1,667	140,000	25%	57,983	1,017	59,000	10%	372,000	65%
1979	144,432	1,624	146,056	26%	64,423	1,521	65,944	12%	356,000	63%
1980	267,741	1,430	269,171	41%	42,117	712	42,829	7%	338,000	52%
1981	290,278	439	290,717	44%	39,323	960	40,283	6%	328,000	50%
1982	364,768	1,812	366,580	50%	32,024	1,396	33,420	5%	340,000	46%
1983	220,072	2,146	222,218	34%	25,782	0	25,782	4%	399,000	62%
1984	417,415	629	418,044	52%	32,780	176	32,956	4%	353,000	44%
1985	287,146	300	287,446	42%	28,554	6	28,560	4%	371,000	54%

SOURCE: Profil du secteur canadien de la pomme de terre

TABLEAU A-IX (suite)

STATISTIQUES CANADIENNES SUR LES POMMES DE TERRE

NOUVEAU-BRUNSWICK

ANNÉE	SUPERFICIE (acres)	PRIX ($ le quintal)	REND./ACRE (quintaux)	VALEUR/ ACRE $	QTÉ TOTALE VENDUE (quintaux)
1976	55,500	3.95	201	793.95	9,956,322
1977	57,000	2.54	195	495.30	9,921,669
1978	58,000	2.92	211	616.12	10,820,090
1979	56,000	2.61	234	610.74	10,250,593
1980	52,000	7.20	223	1,605.60	9,484,621
1981	54,000	4.58	246	1,126.68	10,646,777
1982	54,000	4.39	242	1,062.38	9,111,863
1983	53,000	6.91	217	1,499.47	9,510,027
1984	54,000	5.36	220	1,179.20	9,720,793
1985	55,000	3.36	260	873.60	10,644,441

SEGMENTATION DES VENTES

	DE CONSOMMATION				DE SEMENCE				
ANNÉE	INTÉRIEURES	EXPORTATIONS	TOTAL	%	INTÉRIEURES	EXPORTATIONS	TOTAL	%	UTIL. LOCALE ET TRANSF. (quintaux) %
	(quintaux)				(quintaux)				
1976	1,881,850	446,076	2,327,926	23%	1,103,286	1,089,282	2,192,568	22%	5,435,828 55%
1977	1,104,832	132,238	1,237,070	12%	1,087,887	943,342	2,031,229	20%	6,653,370 67%
1978	1,626,009	260,732	1,886,741	17%	1,261,674	785,730	2,047,404	19%	6,885,945 64%
1979	1,027,079	332,559	1,359,638	13%	1,257,764	1,110,923	2,368,687	23%	6,522,268 64%
1980	1,137,539	685,379	1,822,918	19%	1,285,196	1,128,280	2,413,476	25%	5,248,227 55%
1981	1,060,307	1,451,861	2,512,168	24%	1,351,325	1,128,037	2,479,362	23%	5,655,247 53%
1982	982,793	949,056	1,931,849	21%	1,367,286	797,966	2,165,252	24%	5,014,762 55%
1983	1,417,676	734,883	2,152,559	23%	1,390,723	693,794	2,084,517	22%	5,272,951 55%
1984	337,769	1,479,191	1,816,960	19%	1,354,761	965,854	2,320,615	24%	5,583,218 57%
1985	498,019	1,731,983	2,230,002	21%	1,379,583	717,189	2,096,772	20%	6,317,667 59%

SOURCE: Profil du secteur canadien de la pomme de terre

TABLEAU A-IX (suite)

STATISTIQUES CANADIENNES SUR LES POMMES DE TERRE

QUÉBEC

ANNÉE	SUPERFICIE (acres)	PRIX ($ le quintal)	REND./ACRE (quintaux)	VALEUR/ ACRE $	QTÉ TOTALE VENDUE (quintaux)
1976	43,000	3.89	167	649.63	7,158,000
1977	44,200	4.12	193	795.16	7,045,000
1978	44,200	3.90	178	694.20	6,936,750
1979	44,700	3.31	205	678.55	7,924,000
1980	42,000	7.12	188	1,338.56	6,911,000
1981	42,500	5.99	177	1,060.23	6,707,000
1982	44,000	5.18	194	1,004.92	7,784,100
1983	44,000	7.82	148	1,157.36	5,998,000
1984	47,000	5.36	192	1,029.12	6,854,000
1985	47,900	4.12	211	869.32	8,639,189

SEGMENTATION DES VENTES

	DE CONSOMMATION				DE SEMENCE					
ANNÉE	INTÉRIEURES	EXPORTATIONS	TOTAL		INTÉRIEURES	EXPORTATIONS	TOTAL		UTIL. LOCALE ET TRANSF.	
	(quintaux)			%	(quintaux)			%	(quintaux)	%
1976	4,074,440	2,500	4,076,940	57%	306,000	0	306,000	4%	2,775,060	39%
1977	4,495,446	53,934	4,549,380	65%	335,000	0	335,000	5%	2,160,620	31%
1978	4,408,548	3,651	4,412,199	64%	457,000	750	457,750	7%	2,066,801	30%
1979	4,692,049	157,516	4,849,565	61%	707,386	0	707,386	9%	2,367,049	30%
1980	5,086,281	197,369	5,283,650	76%	560,459	0	560,459	8%	1,066,891	15%
1981	4,397,158	54,911	4,452,069	66%	336,803	1,000	337,803	5%	1,917,128	29%
1982	4,976,217	83,092	5,059,309	65%	493,930	100	494,030	6%	2,230,761	29%
1983	3,763,611	760	3,764,371	63%	486,476	0	486,476	8%	1,747,153	29%
1984	4,005,930	263,467	4,269,397	62%	500,730	0	500,730	7%	2,083,873	30%
1985	5,567,146	22,947	5,590,093	65%	842,497	189	842,686	10%	2,206,410	26%

SOURCE: Profil du secteur canadien de la pomme de terre

TABLEAU A-IX (suite)

STATISTIQUES CANADIENNES SUR LES POMMES DE TERRE

ONTARIO

ANNÉE	SUPERFICIE (acres)	PRIX ($ le quintal)	REND./ACRE (quintaux)	VALEUR/ ACRE $	QTÉ TOTALE VENDUE (quintaux)
1976	45,500	3.92	208	815.36	9,318,000
1977	48,100	3.04	224	680.96	9,339,000
1978	44,400	4.00	209	836.00	7,561,000
1979	45,000	3.16	205	647.80	7,755,000
1980	40,900	7.87	197	1,550.39	7,280,000
1981	39,100	6.20	200	1,240.00	7,142,000
1982	39,400	4.44	205	910.20	7,464,000
1983	38,000	7.82	195	1,524.90	6,797,000
1984	39,400	6.76	191	1,291.16	6,912,000
1985	37,500	5.26	205	1,078.30	7,658,000

SEGMENTATION DES VENTES

	DE CONSOMMATION				DE SEMENCE					
ANNÉE	INTÉRIEURES	EXPORTATIONS	TOTAL		INTÉRIEURES	EXPORTATIONS	TOTAL		UTIL. LOCALE ET TRANSF.	
	(quintaux)			$	(quintaux)			$	(quintaux)	$
1976	4,449,523	171,581	4,621,104	50%	272,961	37,039	310,000	3%	4,386,896	47%
1977	4,831,549	99,355	4,930,904	53%	314,524	26,476	341,000	4%	4,067,096	44%
1978	3,290,348	34,992	3,325,340	44%	324,225	7,775	332,000	4%	3,903,660	52%
1979	3,806,778	247,495	4,054,273	52%	470,592	5,641	476,233	6%	3,224,494	42%
1980	2,771,425	230,650	3,002,075	41%	382,644	11,864	394,508	5%	3,883,417	53%
1981	2,475,812	200,325	2,676,137	37%	395,290	5,812	401,102	6%	4,064,761	57%
1982	2,958,074	204,169	3,162,243	42%	259,589	1,125	260,714	3%	4,041,043	54%
1983	2,488,525	47,554	2,536,079	37%	258,240	2,475	260,715	4%	4,000,206	59%
1984	2,070,537	175,341	2,245,878	32%	87,308	0	87,308	1%	4,578,814	66%
1985	3,050,734	22,227	3,072,961	40%	288,742	48	288,790	4%	4,296,249	56%

SOURCE: Profil du secteur canadien de la pomme de terre

TABLEAU A-IX (suite)

STATISTIQUES CANADIENNES SUR LES POMMES DE TERRE

MANITOBA

ANNÉE	SUPERFICIE (acres)	PRIX ($ le quintal)	REND./ACRE (quintaux)	VALEUR/ ACRE $	QTÉ TOTALE VENDUE (quintaux)
1976	34,500	3.13	122	381.86	4,714,100
1977	37,000	3.67	149	546.83	6,066,560
1978	37,000	3.61	184	664.24	7,447,855
1979	37,000	3.61	168	606.48	6,216,000
1980	39,500	5.32	160	851.20	6,300,810
1981	40,900	5.26	168	883.68	6,871,200
1982	39,400	5.76	147	846.72	5,807,000
1983	39,700	6.06	144	872.64	5,717,000
1984	41,300	6.14	145	890.30	5,988,500
1985	44,500	5.71	190	1,084.90	7,505,000

SEGMENTATION DES VENTES

	DE CONSOMMATION			DE SEMENCE						
ANNÉE	INTÉRIEURES	TOTAL		INTÉRIEURES	EXPORTATIONS	TOTAL		UTIL. LOCALE ET TRANSF.		EXPORTATIONS- DE TRANSF.
	(quintaux)		$	(quintaux)			$	(quintaux)	$	(quintaux)
1976	514,100	514,100	11%	S/O	0	0	0%	4,025,770	85%	174,230
1977	559,960	559,960	9%	6,600	0	6,600	0%	5,324,780	88%	175,220
1978	620,380	620,380	8%	27,475	0	27,475	0%	6,552,101	88%	247,899
1979	604,890	604,890	10%	479,070	0	479,070	8%	4,984,310	80%	147,730
1980	467,850	467,850	7%	549,997	0	549,997	9%	4,961,857	79%	321,106
1981	685,660	685,660	10%	519,941	0	519,941	8%	5,201,199	76%	464,400
1982	587,760	587,760	10%	418,134	4,500	422,634	7%	4,569,016	79%	227,590
1983	743,580	743,580	13%	339,777	0	339,777	6%	4,433,383	78%	200,260
1984	632,760	632,760	11%	418,727	0	418,727	7%	4,566,007	76%	371,006
1985	637,030	637,030	8%	677,123	931	678,054	9%	5,964,848	79%	225,068

SOURCE: Profil du secteur canadien de la pomme de terre

TABLEAU A-IX (suite)

STATISTIQUES CANADIENNES SUR LES POMMES DE TERRE

SASKATCHEWAN

ANNÉE	SUPERFICIE (acres)	PRIX ($ le quintal)	REND./ACRE (quintaux)	VALEUR/ ACRE $	QTÉ TOTALE VENDUE (quintaux)
1976	2,000	3.55	220	781.00	440,000
1977	1,900	4.50	247	1,111.50	470,000
1978	2,000	6.16	212	1,305.92	360,000
1979	2,200	6.90	186	1,283.40	316,200
1980	2,300	11.50	190	2,185.00	323,000
1981	2,500	12.00	155	1,860.00	387,000
1982	2,600	10.00	190	1,900.00	494,000
1983	2,400	12.00	170	2,040.00	408,000
1984	2,400	13.27	190	2,521.30	456,000
1985	2,700	4.80	230	1,104.00	598,000

SEGMENTATION DES VENTES

	DE CONSOMMATION				DE SEMENCE					
ANNÉE	INTÉRIEURES	EXPORTATIONS	TOTAL		INTÉRIEURES	EXPORTATIONS	TOTAL		UTIL. LOCALE ET TRANSF.	
	(quintaux)				(quintaux)			$	(quintaux)	$
1976	440,000	0	440,000	100%	SO	SO	0	0%	0	0%
1977	470,000	0	470,000	100%	SO	SO	0	0%	0	0%
1978	360,000	0	360,000	100%	SO	SO	0	0%	0	0%
1979	297,359	0	297,359	94%	18,841	0	18,841	6%	0	0%
1980	293,757	0	293,757	91%	29,243	0	29,243	9%	0	0%
1981	349,225	0	349,225	90%	37,775	0	37,775	10%	0	0%
1982	455,650	0	455,650	92%	38,350	0	38,350	8%	0	0%
1983	316,811	0	316,811	78%	91,189	0	91,189	22%	0	0%
1984	398,053	0	398,053	87%	57,947	0	57,947	13%	0	0%
1985	514,054	0	514,054	86%	83,942	4	83,946	14%	0	0%

SOURCE: Profil du secteur canadien de la pomme de terre

TABLEAU A-IX (suite)

STATISTIQUES CANADIENNES SUR LES POMMES DE TERRE

ALBERTA

ANNÉE	SUPERFICIE (acres)	PRIX ($ le quintal)	REND./ACRE (quintaux)	VALEUR/ ACRE $	QTÉ TOTALE VENDUE (quintaux)
1976	16,200	3.95	222	876.90	3,600,000
1977	17,100	4.68	218	1,020.24	3,721,000
1978	16,200	4.31	206	887.86	3,336,000
1979	17,300	4.18	225	940.50	3,893,000
1980	16,300	5.20	256	1,331.20	4,173,000
1981	16,600	5.40	229	1,236.60	3,801,000
1982	18,000	4.85	235	1,139.75	4,230,000
1983	18,500	5.75	238	1,368.50	4,400,000
1984	20,600	5.50	228	1,254.00	4,675,000
1985	23,800	4.75	230	1,092.50	4,800,000

SEGMENTATION DES VENTES

	DE CONSOMMATION				DE SEMENCE					
ANNÉE	INTÉRIEURES	EXPORTATIONS	TOTAL		INTÉRIEURES	EXPORTATIONS	TOTAL		UTIL. LOCALE ET TRANSF.	
	(quintaux)			$	(quintaux)			$	(quintaux)	$
1976	725,110	0	725,110	20%	SO	SO	0	0%	2,874,890	80%
1977	677,920	0	677,920	18%	SO	4,281	4,281	0%	3,038,799	82%
1978	637,160	0	637,160	19%	SO	14,065	14,065	0%	2,684,775	80%
1979	682,750	0	682,750	18%	211,153	9,774	220,927	6%	2,989,323	77%
1980	827,650	91,082	918,732	22%	284,411	74,384	358,795	9%	2,895,473	69%
1981	756,020	0	756,020	20%	251,783	61,504	313,287	8%	2,731,693	72%
1982	838,200	6,765	844,965	20%	297,227	92,852	390,079	9%	2,994,956	71%
1983	774,590	4,785	779,375	18%	373,116	143,796	516,912	12%	3,103,713	71%
1984	851,380	1,803	853,183	18%	338,193	211,418	549,611	12%	3,272,206	70%
1985	832,650	1,300	833,950	17%	551,634	227,567	779,201	16%	3,186,849	66%

SOURCE: Profil du secteur canadien de la pomme de terre

TABLEAU A-IX (suite)

STATISTIQUES CANADIENNES SUR LES POMMES DE TERRE

COLOMBIE-BRITANNIQUE

ANNÉE	SUPERFICIE (acres)	PRIX ($ le quintal)	REND./ACRE (quintaux)	VALEUR/ ACRE $	QTÉ TOTALE VENDUE (quintaux)
1976	10,800	3.50	239	836.50	2,829,540
1977	11,400	3.90	255	994.50	2,536,100
1978	10,300	5.90	220	1,298.00	1,825,350
1979	10,500	3.95	260	1,027.00	2,462,871
1980	9,000	8.69	240	2,085.60	1,702,687
1981	8,700	8.39	190	1,594.10	1,280,123
1982	9,000	6.92	230	1,591.60	1,794,159
1983	9,100	7.46	220	1,641.20	1,619,887
1984	9,100	6.88	230	1,582.40	1,307,693
1985	9,200	5.52	240	1,324.80	1,383,923

SEGMENTATION DES VENTES

	DE CONSOMMATION				DE SEMENCE					
ANNÉE	INTÉRIEURES	EXPORTATIONS	TOTAL		INTÉRIEURES	EXPORTATIONS	TOTAL		UTIL.LOCALE ET TRANSF.	
	(quintaux)			%	(quintaux)			%	(quintaux)	%
1976	1,272,660	0	1,272,660	45%	332,771	44,229	377,000	13%	1,179,880	42%
1977	1,488,770	0	1,488,770	59%	345,494	50,506	396,000	16%	651,330	26%
1978	1,238,610	0	1,238,610	68%	240,737	35,263	276,000	15%	310,740	17%
1979	1,762,980	0	1,762,980	72%	309,938	23,933	333,871	14%	366,020	15%
1980	1,293,480	0	1,293,480	76%	214,848	36,059	250,907	15%	158,300	9%
1981	954,030	0	954,030	75%	131,913	40,100	172,013	13%	154,080	12%
1982	1,395,000	0	1,395,000	78%	227,799	9,360	237,159	13%	162,000	9%
1983	1,168,080	0	1,168,080	72%	251,687	16,000	267,687	17%	184,120	11%
1984	955,039	1,173	956,212	73%	200,031	18,000	218,031	17%	133,450	10%
1985	906,250	1,000	907,250	66%	214,970	107,283	322,253	23%	154,420	11%

SOURCE: Profil du secteur canadien de la pomme de terre

ANNEXE B

LISTE DES INTERVENANTS

ORGANISMES DE PRODUCTEURS

Chipping Potato Growers' Association of Manitoba
Winkler (Manitoba)

Ontario Seed Potato Growers' Association
Everett (Ontario)

U.S. National Potato Council
Washington, D.C.
U.S.A.

P.E.I. Potato Board
Charlottetown (Î.-P.-É.)

Ontario Potato Growers' Marketing Board
Ontario Fresh Potato Growers' Marketing Board
Burlington (Ontario)

P.E.I. Potato Producers' Association
Charlottetown (Î.-P.-É.)

N.S. Potato Marketing Board
Kentville (N.-É.)

Fédération des producteurs de pommes de terre du Québec
Longueuil (Québec)

Newfoundland Vegetable Marketing Board
St. John's (T.-N.)

Fédération des agriculteurs et agricultrices francophones du Nouveau-Brunswick
Edmunston (N.-B.)

Groupes des producteurs de pommes de terre pour la croustille du Québec
Longueuil (Québec)

Office de commercialisation des pommes de terre du N.-B.
Florenceville (N.-B.)

South Simcoe Potato Growers' Association
Everett (Ontario)

Keystone Vegetable Producers' Association Inc.
Portage la Prairie (Manitoba)

Alberta Potato Commission
Calgary (Alberta)

P.E.I. Count Potato Assoc.
Summerside (Î.-P.-É.)

B.C. Vegetable Marketing Commission
Surrey (C.-B.)

National Farmers Union
District 1, Région 1
Perth (N.-B.)

Ontario Fruit & Vegetable Growers' Association
Toronto (Ontario)

N.B. Potato Association
District #5
Grand Falls (N.-B.)

Saskatchewan Vegetable Marketing Commission
Outlook (Saskatchewan)

Association des producteurs de pommes de terre élite du Québec
Rivière-du-Loup (Québec)

Office des maraîchers manitobains
pour la commercialisation des
légumes
Winnipeg (Manitoba)

PRODUCTEURS INDIVIDUELS

Kroeker Farms Ltd.
Winkler (Manitoba)

Keenan Farms Ltd.
Souris (Î.-P.-É.)

Mid-Isle Farms
Albany (Î.-P.-É.)

Normand Bournival
St-Étienne-des-Grès (Québec)

Frank Racz
St-Thomas de Joliette (Québec)

Heaney Farms
Kensington (Î.-P.-É.)

R.J.M. Farms Ltd.
Alliston (Ontario)

Groupe indépendant de producteurs de pommes de terre
Montague (Î.-P.-É.)

R.K. Beattie Ltd.
W.H. Dorsey Potatoes Ltd.
R.J.M. Farms Ltd.
Alliston (Ontario)

Harry Parfitt
North Bay (Ontario)

Adams Farms
Grand Bend (Ontario)

TRANSFORMATEURS ET ORGANISMES DE TRANSFORMATEURS

Pak-Well Produce Ltd.
Vauxhall Foods Ltd.
Vauxall (Alberta)

P.E.I. Potato Processing Council
Richmond (Î.-P.-É.)

Ontario Potato Processors Assoc.
Cambridge (Ontario)

W.D. Potato Limited
Beeton (Ontario)

Association canadienne des
fabricants de croustilles
et de grignotines
Ottawa (Ontario)

McCain Foods Limited
Woodstock (N.-B.)

Association canadienne des
manufacturiers de produits
alimentaires
Ottawa (Ontario)

Carnation Foods Company Ltd.
Don Mills (Ontario)

Cavendish Farms
Charlottetown (Î.-P.-É.)

Association des transformateurs
de pommes de terre du Québec
Montréal (Québec)

Hostess Food Products Ltd.
Taber (Alberta)

Les principaux transformateurs canadiens de pomme de terre:
- McCain Foods Ltd.
- Cavendish Farms
- York Farms
- Nestlés Enterprises
  Ottawa (Ontario)

Hostess Food Products Ltd.
Kentville (N.-É.)

Les aliments Humpty-Dumpty Ltée
Montréal (Québec)

ORGANISMES GOUVERNEMENTAUX FÉDÉRAUX ET PROVINCIAUX

Ministère de l'Agriculture
du N.-B.
Fredericton (N.-B.)

Saskatchewan Natural Products
Marketing Council
Regina (Saskatchewan)

Consommations et Corporations
Canada
Division des enquêtes et de
l'application de la loi
Loi sur la concurrence
Ottawa (Ontario)

Ministre de l'Agriculture
Province de l'Î.-P.-É.
Charlottetown (Î.-P.É.)

Newfoundland Agricultural
Products Marketing Board
St. John's (T.-N.)

Ministère de l'Agriculture
du Manitoba
Conseil manitobain de commercialisation des produits naturels
Winnipeg (Manitoba)

Ministère du développement rural,
de l'Agriculture et du Nord
Province de Terre-Neuve
St. John's (T.-N.)

Ministère du développement
économique et du tourisme
Gouvernement des Territoires du
Nord-Ouest
Yellowknife (T.N.-O.)

AUTRES

Le Conseil canadien du
commerce de détail
Toronto (Ontario)

Programme des industries
réglementées
Association des consommateurs
du Canada
Ottawa (Ontario)

M. Robert Plourde
Économiste
Hull (Québec)

N.B. Potato Shippers Assoc.
Perth-Andover (N.-B.)

Section de Terre-Neuve -
Institut agricole du Canada
St. John's (T.-N.)

Social Action Commission
Diocèse de Charlottetown
Charlottetown (Î.-P.-É.)

M. J.D. Forbes, Ph.D.
Économiste
Vancouver (C.-B.)

P.E.I. Dealers' Association
Souris (Î.-P.-É.)

Fabricants canadiens de produits alimentaires
Don Mills (Ontario)

ANNEXE C

CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS DU RAPPORT DE 1980 PUBLIÉ PAR LE CNCPA SUR LES MÉRITES DE LA CRÉATION D'UN OFFICE DE COMMERCIALISATION DE LA POMME DE TERRE DANS L'EST DU CANADA

V CONCLUSIONS

Le Conseil national de commercialisation des produits de ferme conclut donc:

1. La structure actuelle de la mise en marché, en particulier dans les Maritimes, n'a ni favorisé ni protégé les intérêts des producteurs de pommes de terre. L'analyse des documents écrits, les réticences à répondre aux questions, des communications confidentielles laissent croire qu'actuellement le producteur est toujours celui qui assume les derniers risques dans le secteur. Le Conseil a suffisamment d'indices lui permettant de croire que des pratiques douteuses sont actuellement appliquées et vont même jusqu'à l'intimidation. Il est possible que cette situation soit étendue.

2. La dépendance du producteur vis-à-vis de l'acheteur ou de l'agent, unique débouché pour son produit, ou l'absence de coopération entre les producteurs à l'intérieur d'une province a sans aucun doute entravé le développement de puissants organismes agricoles. Ces organismes, en particulier dans les Maritimes, ont manqué dans le passé de leadership, et n'ont pas su fournir des conseils et des informations sur les marchés ni offrir d'autres services qui auraient aidé les producteurs à améliorer leur pouvoir de négociation. Les organismes provinciaux ont tendance à se faire une concurrence mutuelle plutôt que de travailler ensemble.

3. La formation du Conseil des producteurs de pommes de terre de l'est du Canada est justifiée par la faible coopération interprovinciale et le nécessité de renforcer la position du producteur sur les marchés. A l'heure actuelle toutefois, cet organisme n'en est qu'à ses débuts et devra bénéficier d'une aide financière et d'un soutien pour arriver à coordonner efficacement les organismes provinciaux.

4. Une majorité de producteurs accepteraient que soit créé un office de commercialisation de la pomme de terre dans l'est du Canada.

5. A l'heure actuelle, les producteurs ne semblent pas appuyer l'idée d'une gestion de l'offre. La négociation de contingents acceptables serait particulièrement difficile et pose de graves problèmes dans toutes les provinces. Certains gouvernements provinciaux demanderaient que l'application des mesures de gestion de l'offre soit approuvée par une majorité des deux-tiers des producteurs. En l'absence d'organisme de producteurs face à la domination des fournisseurs-acheteurs, ce vote serait prématuré tant qu'une forme de coordination des intérêts provinciaux ne sera pas réalisable.

6. Les producteurs représentés par l'Union nationale des agriculteurs approuvent la formation d'une puissante commission de mise en marché de la pomme de terre sur le modèle de la Commission canadienne du blé comme unique organisme de commercialisation de la pomme de terre dans l'est du Canada. Cette mesure demanderait une loi spéciale du Parlement et la collaboration des provinces.

7. Les transformateurs accepteraient probablement la création d'un office dont les pouvoirs se limiteraient à l'attribution de certaines informations, à l'amélioration de la qualité, de l'efficacité et de la stabilité de la production, mais qui ne toucherait pas directement leurs activités actuelles.

8. La majorité des particuliers et des autres organismes qui ont présenté des mémoires préconise la création d'un office de mise en marché. Toutefois, les avis sont partagés au sujet des pouvoirs qu'il devrait détenir: un bon nombre recommande que l'office ne devrait pas avoir l'autorité de gérer l'offre tandis que d'autres proposent qu'il ait des pouvoirs encore plus étendus.

VI RECOMMANDATIONS

Afin de permettre au secteur de se familiariser avec les opérations de l'office, aux provinces d'acquérir une certaine expérience en collaborant et au gouvernement fédéral de procéder sans apporter de modifications à la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme, le Conseil national de commercialisation des produits de ferme recommande donc:

1. Qu'un office de commercialisation soit formé et créé selon les termes du paragraphe 18 de la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme.

   L'Office:

   a) aurait un pouvoir de réglementation sur la production de toutes les pommes de terre cultivées dans les provinces de l'Ontario, du Québec, du Nouveau-Brunswick, de l'Île-du-Prince-Édouard et de la Nouvelle-Écosse;

   b) posséderait tous les pouvoirs énoncés au paragraphe 23 exception faite de celui de fixer et de déterminer la quantité de pommes de terre à vendre dans le commerce interprovincial ou à l'exportation;

   c) sera désigné par "Office de commercialisation de la pomme de terre de l'est du Canada";

   d) sera constitué d'un conseil de directeurs composé de deux représentants des producteurs de chacune des provinces et de deux membres représentant les autres secteurs de l'industrie et les consommateurs. Tous les membres doivent être nommés par le gouverneur en conseil sur recommandation du ministre de l'Agriculture. Le président sera élu annuellement par les membres du Conseil parmi les autres membres désignés du Conseil.

2. Le plan devrait comporter une clause stipulant que ce dernier sera revu moins de deux ans après la date de proclamation.

3. Après la proclamation de la création de l'Office, il faudra approuver le versement d'un montant de $100 000 autorisé dans le paragraphe 29(1) de la Loi.